

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
БУКОВИНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ

# ПІДПРИЄМНИЦТВО І БІЗНЕС-КУЛЬТУРА

Чернівці  
2016

**ББК 65.050.9 (4Укр)**  
**З-41**

**Підприємництво і бізнес-культура:** навчальний посібник / Укладачі:  
Лаготюк В.О., Безродна С.М. – Чернівці, Видавничий дім «РОДОВІД»  
2016. – 158 с.

Навчальний посібник складено згідно з програмою дисципліни «Підприємництво і бізнес-культура» для підготовки бакалаврів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів фінансово-економічного профілю і призначено для навчання студентів. Для закріплення теоретичних положень запропоновано питання для самоконтролю.

Рецензенти:

**Євдокименко В. К.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і аудиту Буковинського університету;

**Яскал І.В.** - кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки підприємства Буковинського державного фінансово-економічного університету;

Розглянуто і ухвалено до друку на засіданні кафедри економіки підприємства  
Буковинського державного фінансово-економічного університету  
(Протокол №10  
від 19.04.2016 року)

© Безродна С. М., 2016

© Лаготюк В. О., 2016

© Буковинський державний фінансово-економічний університет, 2016

## ВСТУП

Посилення конкуренції у більшості галузей економіки України, прискорення політичних і соціальних змін обумовлює необхідність забезпечення підприємствами стійких ринкових позицій. В умовах нестабільності зовнішнього середовища варто значну увагу приділяти питанням забезпечення своїх конкурентних позицій на ринку і виходу з кризових ситуацій.

Серед факторів, що мають сприяти виходу вітчизняних підприємств з кризового становища, важлива роль належить підготовці спеціалістів для підприємницьких структур, підприємців та підвищенню ролі бізнес-освіти. Адже цілком зрозуміло, що успішне здійснення нового курсу соціально-економічної політики держави, проведення інституціональних перетворень, розвиток підприємництва та формування національного ринку неможливі без розробок у галузі економічної науки, обґрунтування закономірностей функціонування ринкового механізму та без належної спеціальної економічної підготовки відповідних працівників з проблем підприємництва і бізнес культури.

Посібник складається з логічно побудованих 9 тем курсу «Підприємництво і бізнес-культура», які включають теоретичні і практичні аспекти вивчення дисципліни.

Основними завданнями вивчення даної дисципліни є :

- вивчення теоретичних та практичних засад підприємництва як економічної категорії;
- набуття навичок складання бізнес-плану діяльності підприємства;
- виконання техніко-економічних розрахунків та їх обґрунтування;
- розвиток навичок бізнес-культури, ділової етики.

## **Тема 1. Зміст та місце підприємництва в суспільстві**

### **План**

1. Зміст підприємництва, його об'єкти та суб'єкти.
2. Роль підприємництва в суспільстві.
3. Особистість підприємця.
4. Господарський кодекс України.

### **1. Зміст підприємництва, його об'єкти та суб'єкти.**

У сучасній економічній теорії немає однозначного тлумачення сутності підприємництва. Більшість науковців зосереджували увагу на дослідженні категорії «підприємець», розглядаючи категорію «підприємництво» як похідну від неї, що пояснюється вирішальною роллю особистості в такій діяльності.

Розглядаючи сутність поняття «підприємництво», потрібно звернути увагу на ототожнення категорій «підприємництво» та «бізнес». Вони хоча й дуже тісно пов'язані між собою, але не є синонімами і різняться своєю сутністю. Категорія «підприємництво» за своїми ознаками вужча, ніж категорія «бізнес». До найважливіших відмінних ознак підприємництва порівняно з бізнесом належать: значно більший ступінь свободи та самостійності у виборі напрямків і методів діяльності, прийнятті рішень та відповідальності за ці рішення; інноваційний характер підприємницької діяльності та відповідно набагато більший рівень ризикованості; орієнтація на досягнення комерційного успіху.

Для усвідомлення сутності підприємництва слід зрозуміти, що воно є багатоплановим явищем. Його соціально-економічна сутність слід розглядати як економічну категорію, специфічний фактор виробництва, активний і динамічний елемент бізнесу, особливий вид діяльності, певні тип і стиль господарської поведінки. Специфіка підприємництва полягає в тому, що його суб'єкт – підприємець – здатний особливим виключно раціональним способом об'єднувати та комбінувати фактори виробництва на інноваційній та ризикованій основі, що дає йому змогу отримувати підприємницький дохід.

Крім того, підприємництво також є особливою функцією, яка виконується в економіці країни для забезпечення розвитку й удосконалення господарського механізму, постійного оновлення економіки суб'єктів господарювання, створення інноваційного поля діяльності, розвитку конкуренції тощо.

В Україні підприємницькою діяльністю можуть займатися всі громадяни, крім людей, яким законодавчо таку діяльність заборонено (працівники міліції, суду, прокуратури державної безпеки, арбітражу, нотаріату, фінансових органів, податкової інспекції, державної влади та управління). Вони здійснюють контроль за роботою підприємців.

**Підприємство** (фірма) – це самостійно господарюючий суб'єкт, що має право юридичної особи, здійснює, виробничу, науково-дослідну і комерційну діяльність з метою отримання прибутку. Підприємство виступає первісною ланкою функціонування продуктивних сил і формування виробничих відносин.

**Підприємництво** явище досить широке і багатовимірне, тому в теорії поняття "підприємництво" розглядається по різному, а саме:

**1) економічна категорія**, що виражає відносини між суб'єктами господарської діяльності, спрямованої на досягнення такої комбінації економічних ресурсів, яка здатна забезпечити їм комерційний успіх – максимізувати дохід, підірвати монополію конкурентів та створити свою власну монополію;

**2) тип господарської поведінки**, що ґрунтується на самостійності та незалежності суб'єктів стосовно вибору: що, скільки, як, для кого (для чого) виробляти; на повній відповідальності за прийняті рішення та їхні наслідки і спрямуванні діяльності на досягнення комерційного успіху;

**3) господарське мистецтво** – постійна економічна, організаторська та управлінська творчість з метою пошуку способів адаптації (якщо ситуацію не можна змінити) і прагнення до мін, які можуть у перспективі забезпечити комерційний успіх;

**4) метод економічного мислення**, властивий людям, здатним до підприємництва, який характеризується оригінальністю ідей та підходів до вирішення господарських проблем.

**Метою** підприємницької діяльності є максимізація доходу в результаті спрямування зусиль підприємця на певний об'єкт.

**Об'єкт підприємництва** – сукупність певних видів економічної діяльності, в межах якої шляхом комбінації ресурсів підприємець домагається максимізації доходу. Тобто це товар, продукт, послуга, виконана робота, все те, що може задовольнити потреби і пропонується на ринку для придбання, використання та споживання.

У Господарському кодексі, прийнятому в Україні, підприємництво визначається як самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.

**Суб'єктами підприємницької діяльності** є: фізичні особи (громадяни, права яких не обмежені законом, а також громадяни іноземних держав, працівники, котрі здійснюють трудову діяльність за наймом на контрактній

або іншій засадах), юридичні особи, що володіють різними формами власності:

- колективи підприємців та підприємницькі асоціації;
- державні структури у тих випадках, коли вони виступають безпосередніми учасниками операцій (надання урядових замовлень підприємцям).

Залежно від юридичного статусу підприємницька діяльність може здійснюватись:

- зі створенням юридичної особи;
- без створення юридичної особи.

## **2. Роль підприємництва в суспільстві.**

У зв'язку з переходом до ринкової економіки, поглибленням соціально економічних реформ все більшого значення набувають підприємницькі відносини. У суспільстві підприємництво:

- виступає діловою силою впливає на структурну перебудову в економічній збільшення обсягів виробництва, збуту товарів і надання послуг прискорює темпи економічного розвитку національної економіки в цілому;
- забезпечує господарську незалежність суб'єктів ринку, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції, сприяє економії та раціональному використанню усіх ресурсів;
- стимулює ділову активність, забезпечує сильнодіючі стимули до високоефективної праці, постійного пошуку ефективних форм роботи, сприяє здійсненню інноваційних процесів, швидким оновленню технологічної бази і номенклатури продукції з урахуванням споживчого попиту;
- створює нові робочі місця, залучає працюючих та непрацюючих у суспільно-корисну діяльність, сприяє формуванню нового типу суспільного способу життя та підприємницької культури
- проводить благодійну та спонсорську діяльність, здійснює підтримку політичних рухів та економічних структур, які сприяють подальшому розвитку та виходу України з економічної кризи.

Підприємництво — необхідна умова досягнення комерційного успіху на ринку товарів та послуг. Підприємницькі процеси позитивно впливають на формування інфраструктури бізнесу.

**Інфраструктура бізнесу** — це сукупність державних, приватних та громадських інститутів, які обслуговують інтереси суб'єктів підприємництва, забезпечують їхню господарську діяльність та сприяють підвищенню її ефективності.

Складність інфраструктури як системи обумовлена різноманітністю Функцій, які виконують її складові елементи.

Виділяють організаційно-технічну, фінансово-кредитну та інформаційно-аналітичну інфраструктури.

До організаційно-технічної інфраструктури належать товарні біржі, лізингові компанії, асоціації підприємців, транспортні комунікації і засоби зв'язку, виробничі та технологічні парки, технологічні центри.

Фінансово-кредитну інфраструктуру утворюють установи, які займаються акумуляцією тимчасово вільних коштів, перетворюють їх у кредити, надають фінансову допомогу.

Інформаційно-аналітична інфраструктура включає в себе інформаційні, консультативні, юридичні та бухгалтерські фірми, бізнес-центри і бізнес-інкубатори, аудиторські організації, рекламні агентства, фірми по проведенню маркетингових досліджень.

Основними тенденціями розвитку підприємництва в Україні є:

А. Інтенсивне розширення підприємництва, що виявляється у територіальному охопленні сфери бізнесу, зростанні кількості юридичних осіб та індивідуальних підприємців.

Б. Відбувається інтеграція комерції з виробничою діяльністю. В результаті таких процесів з'являються складні організаційні утворення у формі корпорацій, концернів, асоціацій, консорціумів, холдингових компаній. Прикладом інтеграції виробництва і комерції є виробничі кооперативи.

В. Відбувається зрощення капіталу вітчизняних і зарубіжних підприємців шляхом створення спільних фірм, підприємств з іноземними інвестиціями.

Г. Інтенсивний розвиток комерційного посередництва при стриманому розвитку виробничого підприємництва.

Д. Розширення сфери послуг (консалтингові, юридичні, страхові, транспортні, туристичні, готельні, рекламні, виставкові, громадське харчування, охоронні, мобільний зв'язок та Інтернет).

Е. Співробітництво великого та малого бізнесу, активне впровадження нововведень.

Великий бізнес, як правило, визначає економічну та технічну могутність країни. З метою самозбереження та розвитку він має потяг до інтеграції, поглинаючи або контролюючи більш дрібних партнерів з одного боку, та об'єднуючись у міжнародні структури, частково втрачаючи свою самостійність.

Середній бізнес значною мірою залежить від внутрішньої економічної кон'юнктури та веде конкурентну боротьбу як усередині своєї групи, так із великим вітчизняним та іноземним капіталом.

Мале підприємництво — це багато чисельний прошарок дрібних власників, які своєю масовістю значною мірою визначають соціально-економічне обличчя країни.

Досвід формування економіки розвинутих країн свідчить, що малий і середній бізнес посідає значне місце у підприємницькому середовищі.

Так, у Франції частка малих підприємств складає 99,9 % усіх господарюючих структур, Великобританії — 94%. Кількість малих і середніх підприємств у розрахунку на 1000 чоловік у Франції дорівнює 35 одиниць, Німеччині — 37, Великобританії — 46, Японії — 49, Італії — 68, США — 74 одиниці.

Кількість зайнятих у малому і середньому бізнесі у Німеччині складає 46%, Італії — 73%, Японії — 78%. В економічно розвинених країнах у малому і середньому бізнесі створюється більше половини внутрішнього валового продукту. В Польщі діє близько 1,5 млн. підприємств, майже 99% з яких — це малі підприємства з чисельністю працюючих менше 50 чоловік. Це, в основному, приватні фірми з високою продуктивністю праці, внесок яких у ВВП держави складає близько 40%. В Німеччині малий та середній бізнес дає 65% бюджетних надходжень.

Згідно з Господарським кодексом України до категорії малих відносяться підприємства незалежно від форм власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної 500 тис. євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Роль і місце малого підприємництва в національній економіці найкраще розкривається в притаманних йому **функціях**.

По-перше, неоціненний внесок малого підприємництва в справу формування конкурентного середовища.

По-друге, мале підприємництво, оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості

По-третє, величезним є внесок малого підприємництва в здійснення прориву у ряді важливих напрямків НТП.

По-четверте, мале підприємництво робить вагомий внесок у вирішення проблеми зайнятості.

По-п'яте, важлива функція малого підприємництва полягає в пом'якшенні соціальної напруги і демократизації ринкових відносин.

Як самостійна структурна ланка економіки мале підприємництво має ряд характерних особливостей:

1. Єдність права власності та безпосереднього управління підприємством.



2. Формування більш тісних взаємовідносин.
3. Відносно невеликі ринки ресурсів і збуту, що не дозволяє малій фірмі суттєво впливати на ціни і обсяг реалізації продукції у рамках галузі.
4. Формування більш тісних взаємовідносин.
5. Відносно невеликі ринки ресурсів і збуту, що не дозволяє малій фірмі суттєво впливати на ціни і обсяг реалізації продукції у рамках галузі.
6. Персоніфікований характер відносин підприємця з партнерами-постачальниками ресурсів та покупцями готової продукції.
7. Сімейний характер у веденні справи.
8. Особливий характер фінансування. Якщо великі корпорації формують необхідні фінансові ресурси через фондові біржі, то малі підприємства можуть розраховувати на відносно невеликі кредити банків, власні кошти та неформальний ринок капіталу.



Рис. 1.1. Роль підприємництва у формуванні ефективної системи господарювання

### 3. Особистість підприємця.

В умовах становлення і розвитку ринкової економіки провідною формою господарювання має бути **підприємництво** — особливий вид виробничо-господарської діяльності, надання послуг чи посередництва, який характеризується повною свободою вибору та інноваційним характером здійснення, значною ймовірністю економічного ризику та чіткою орієнтацією на виконання певної місії, задоволення потреб ринку (споживача), досягнення комерційного зиску. Підприємництво виступає тією рушійною силою, яка штовхає економіку по шляху ефективності, раціоналізації, ощадливості та

постійного оновлення. Отже, підприємництво — основа розвитку ринкової економіки.

Необхідною передумовою започаткування та здійснення підприємництва є наявність самих підприємців. Постать підприємця як основного суб'єкта ринкових відносин є ключовою у конструкції ринку. Його небезпідставно вважають центральною фігурою у бізнесі та інколи порівнюють з полководцем, здатним із меншими силами виграти бій у кількісно переважаючого противника.

Багато хто вважає, що єдиною метою підприємця є отримання прибутку, проте це не так. Дійсно, кінцевою метою діяльності підприємця є забезпечення її прибутковості шляхом раціональної організації праці та використання ресурсів. Діяльність підприємця спрямована на створення умов задля успішного функціонування його бізнесу, виходячи з того, що прибуток не є причиною здійснення підприємницької діяльності, а лише результатом її успішної діяльності.

***Підприємця серед інших людей вирізняють три особливості:***

- 1) прагнення до незалежності;
- 2) посилене бажання досягти мети;
- 3) схильність до ризику.

Підприємці продукують, поставляють і просувають на ринок нові товари або послуги, знаходять нові ресурси або застосовують старі, але по-новому, прагнуть не лише організувати виробництво, а й підвищувати його ефективність. Таким чином, підприємці — це люди, які беруть на себе ініціативу поєднання ресурсів у єдиний процес виробництва, керують підприємством, запроваджують у виробництво нові технології й беруть на себе ризик організації справи з метою в перспективі отримати додатковий дохід. Цей дохід є результатом реалізації особливих здібностей підприємця виключно раціонально поєднувати фактори виробництва, ґрунтуючись на інноваційному ризиковому підході. Підприємець використовує у виробництві новітню техніку й технологію, по-новому організує працю, по-іншому керує підлеглими. Внаслідок цього індивідуальні витрати виробництва у підприємця нижче суспільних, на основі яких установлюється ринкова ціна.

З'ясовуючи набір якостей, необхідних підприємцю, не можна обійти увагою дослідження японських учених, які на основі п'ятирічних досліджень визначили ***найважливіші ділові якості особистості підприємця***, а саме:

- постійна готовність до господарського ризику;
- орієнтація у бізнесовій діяльності на максимальну ефективність виробництва і високу якість товарів;
- рішучість та цілеспрямованість у своїй діяльності;

- намагання бути всебічно інформованим щодо вибраного напрямку бізнесу;
- планованість і чіткість у роботі, реалізації стратегії й тактики підприємництва;
- здатність переконувати партнерів і встановлювати необхідні господарські зв'язки;
- незалежність і впевненість у собі, правильність вибору виду підприємницької діяльності;
- уміння протистояти будь-якому натиску ззовні, шантажу та іншим протиправним діям;
- готовність до пошуку нових можливостей, а також ініціативність у власній справі;
- наполегливість у досягненні поставленої мети.

Особисті ділові якості підприємця, безумовно, справляють позитивний вплив на успіх його бізнесової діяльності. Проте треба бачити й інший бік цієї проблеми. Справжній і відчутний підприємницький успіх, мабуть, не прийде до людини, яка: об'єктивно не здатна приймати обґрунтовані рішення; не вірить у себе, свою підприємницьку ідею; ставиться з підозрою до людей і не здатна на повагу й дружбу; не сприймає чужих думок і пропозицій; не утруднює себе виваженою аналітичною діяльністю. Вочевидь, не варто займатися бізнесом людині, яка не схильна до сумлінної праці (просто ледача); не поважає себе, занадто впевнена, не любить інших людей, не вміє і не хоче спілкуватися з ними, не готова до самопожертви; не відчуває необхідності постійно вчитись й поповнювати свої знання; не має особливого тяжіння до творчої праці та ініціювання нових ідей і проектів.

Підприємництво — це передовсім самостійність і відповідальність; воно не завжди спирається на значні матеріальні й фінансові ресурси. Підприємець має бути впевненим у собі та своїх здібностях. Проте варто стерегтися того, щоб така ділова риса підприємця не перетворилася у самовпевненість, яка може стати згубною для нього. Таку небезпеку можна звести до мінімуму, якщо підприємець буде реально оцінювати себе та довколишню дійсність. Реальність вимагає виваженої експертної оцінки свого підприємницького задуму і можливих способів його практичної реалізації. У зв'язку з цим стає обов'язковою ще одна вимога до підприємця: не треба ані поспішати з реалізацією нової ідеї, ані баритися з цим. Вихід із такої суперечливої ситуації може бути лише один: будь-яка нова ідея має дозріти; треба добре опрацювати нову ідею і побудувати реальну схему її реалізації. Ця робота дуже важлива, оскільки саме вона є запорукою майбутнього підприємницького успіху. Підприємець майже ніколи не може реалізувати ідею власними силами.

Домогтися підприємницького успіху зможе той, хто здатний створити необхідну команду однодумців. У зв'язку з цим підприємець має швидко і безпомилково вирішити проблему пошуку й прийняття на роботу спеціалістів потрібного профілю і кваліфікованих робітників із високою культурою праці.

Згідно з теорією підприємництва, на успіх впливає багато чинників. Для підприємницької діяльності необхідно мати, по-перше, підприємницькі риси, а по-друге – ідею. Найбільш значущим компонентом успіху слід вважати наявність „унікальних здібностей, досвіду та компетентності особистості підприємця”, які дозволяють вирішувати актуальні нестандартні завдання для досягнення загальної мети підприємницької діяльності.

У будь-якій професійній діяльності, а особливо у підприємницькій, необхідно бути гнучкою особистістю, аби при потребі змінювати свої дії для досягнення бажаного результату. Використання тільки одного засобу управління позбавляє можливості вибору взагалі. Використання двох засобів контролю ситуації ставить підприємця перед нерозв'язаною дилемою. Мати вільний вибір – означає бути здатним використовувати як мінімум три підходи до ситуації. Отже, підприємець зі здатністю до гнучкості може ефективно управляти ситуацією.

Згідно з даними опитування (чоловіки – 53 %, жінки – 50 %), успішним підприємцям притаманна така риса, як готовність ризикувати. Вони, як правило, не витримують одноманітності, стандартних ситуацій, готові починати все з „нуля”, „зробити крок у невідоме”.

Готовність ризикувати в сучасній психології пов'язується із здатністю суб'єкта досягати поставленої мети і регулювати свої поведінкові стратегії. Вона розглядається як особливий спосіб мислення суб'єкта, що діє в умовах невизначеності

Провідним показником експерти визначили професіоналізм (чоловіки – 70 %, жінки – 78 %). Саме професіоналізм відкриває для підприємця нові можливості, забезпечує перевагу над конкурентами. Знання справи – необхідна умова успішної трудової діяльності.

Ще один соціально-важливий фактор успішності – рівень і якість освіти. Всі успішні опитані підприємці мають вищу освіту, 25 % чоловіків і 27 % жінок навчаються в аспірантурі, наукові ступені мають 8 % чоловіків і 9 % жінок.

Виявлено ще одну важливу складову успішної підприємницької діяльності – емоційний капітал особистості. Успішні підприємці відзначали, що справа, якій вони присвятили себе, приносить їм задоволення.

*Усе сказане дозволяє сформулювати важливий висновок: підприємець є людиною з яскраво вираженими рисами лідера, із здатністю впливати на інших людей. З цього погляду для підприємця є важливим досвід спілкування з*

людьми, вміння встановлювати й підтримувати особисті контакти. Крім того, підприємець має бути фізично й емоційно витривалою людиною, що здатна довго й плідно працювати. Підприємець має виконувати суспільну функцію, його діяльність необхідна будь-якому суспільству. Ця діяльність є ефективною і корисною. По-перше, підприємець особисто зацікавлений у своїй справі, тому він використовує свої знання для розширення масштабів власного бізнесу і завдяки цьому має більше шансів досягти успіхів. По-друге, він може швидше і з меншими зусиллями задовольнити суспільні потреби і ринковий попит, оскільки завжди намагається спрогнозувати останній ще на стадії формування і завдяки цьому отримати певний зиск раніше за своїх конкурентів (суперників). По-третє, діяльність підприємця сприяє тому, що задоволення ринкового попиту відбувається з меншими втратами для суспільства. Підприємцем має й мусить бути професійно підготовленою людиною, а для цього необхідно постійно вчитись й збагачуватись практичним досвідом. Досвід розвинених країн свідчить, що держава стає багатшою, якщо принаймні 5—7% її активного населення має нахил до підприємництва.

#### **4. Господарський кодекс України.**

Господарський кодекс України встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності.

Господарський кодекс України має на меті забезпечити зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвиток підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальну спрямованість відповідно до вимог Конституції України, утвердити суспільний господарський порядок в економічній системі України, сприяти гармонізації її з іншими економічними системами.

Господарський кодекс України встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності.

Господарський кодекс України має на меті забезпечити зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвиток підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суцільного виробництва, його соціальну спрямованість відповідно до вимог Конституції України, утвердити суспільний господарський порядок в економічній системі України, сприяти гармонізації її з іншими економічними системами.

Структура господарського кодексу України.

Кодекс складається з 418 статей і 6 прикінцевих положень, згрупованих у 41 главу і 9 розділів.

Розділ I. Основні засади господарської діяльності

Глава 1. Загальні положення

Глава 2. Основні напрями та форми участі держави і місцевого самоврядування у сфері господарювання

Глава 3. Обмеження монополізму та захист суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції

Глава 4. Господарська комерційна діяльність (підприємництво)

Глава 5. Некомерційна господарська діяльність

Розділ II. Суб'єкти господарювання

Глава 6. Загальні положення

Глава 7. Підприємство

Глава 8. Державні та комунальні унітарні підприємства

Глава 9. Господарські товариства

Глава 10. Підприємства колективної власності

Глава 11. Приватні підприємства. Інші види підприємств

Глава 12. Об'єднання підприємств

Глава 13. Громадянин як суб'єкт господарювання. Особливості статусу інших суб'єктів господарювання

Розділ III. Майнова основа господарювання

Глава 14. Майно суб'єктів господарювання

Глава 15. Використання природних ресурсів у сфері господарювання

Глава 16. Використання у господарській діяльності прав інтелектуальної власності

Глава 17. Цінні папери у господарській діяльності

Глава 18. Корпоративні права та корпоративні відносини

Розділ IV. Господарські зобов'язання

Глава 19. Загальні положення про господарські зобов'язання

Глава 20. Господарські договори

Глава 21. Ціни і ціноутворення у сфері господарювання

Глава 22. Виконання господарських зобов'язань. Припинення зобов'язань

Глава 23. Визнання суб'єкта підприємництва банкрутом

Розділ V. Відповідальність за правопорушення у сфері господарювання

Глава 24. Загальні засади відповідальності учасників господарських відносин

Глава 25. Відшкодування збитків у сфері господарювання

Глава 26. Штрафні та оперативно-господарські санкції

Глава 27. Адміністративно-господарські санкції

Глава 28. Відповідальність суб'єктів господарювання за порушення антимонопольно-конкурентного законодавства

Розділ VI. Особливості правового регулювання в окремих галузях господарювання

Глава 29. Галузі та види господарської діяльності

Глава 30. Особливості правового регулювання господарсько-торговельної діяльності

Глава 31. Комерційне посередництво (агентські відносини) у сфері господарювання

Глава 32. Правове регулювання перевезення вантажів

Глава 33. Капітальне будівництво

Глава 34. Правове регулювання інноваційної діяльності

Глава 35. Особливості правового регулювання фінансової діяльності

Глава 36. Використання у підприємницькій діяльності прав інших суб'єктів господарювання (комерційна концесія)

Розділ VII. Зовнішньоекономічна діяльність

Глава 37. Загальні положення

Глава 38. Іноземні інвестиції

Розділ VIII. Спеціальні режими господарювання

Глава 39. Спеціальні (вільні) економічні зони

Глава 40. Концесії

Глава 41. Інші види спеціальних режимів господарської діяльності

Розділ IX. Прикінцеві положення.

*Примітка.*

*(Ініціативи скасувати Господарський кодекс були у 2005 та 2008 роках.*

*У 2015 році Міністерство юстиції України висловилося за скасування ГКУ. Вчені, присутні на презентації ідеї, підтримали її. За їх словами, ГК містить положення, що дублюють або суперечать іншим законодавчим актам; адміністративні підходи Кодексу до регулювання господарської діяльності принципово застаріли; кодекс передбачає занадто обтяжені процедури; він не відповідає реаліям комерційних відносин).*

### **Тестові завдання**

1. Організація, в якій об'єднуються працівники для випуску товарів чи надання послуг з метою отримання прибутку, - це...

- а) спілка;
- б) виробничої сфери;
- в) група;

- г) об'єднання.
- 2. Підприємства, що виробляють товари, належать до...
  - а) невиробничої сфери;
  - б) виробничої сфери;
  - в) сільськогосподарських підприємств;
  - г) промислових підприємств.
- 3. Підприємство, засноване на власності колективу, або об'єднання громадян – це...
  - а) державне підприємство;
  - б) колективне підприємство;
  - в) спільне підприємство;
  - г) приватне підприємство.
- 4. За кількістю працюючих підприємства поділяються на:
  - а) малі, середні, великі;
  - б) підприємства, об'єднання;
  - в) приватні, державні, колективні.
- 5. Юридичне ім'я підприємства або об'єднання підприємств – це...
  - а) фірмове ім'я;
  - б) фірма;
  - в) імідж фірми;
  - г) назва фірми.
- 6. Форма звернення до споживачів з метою залучити їхню увагу до товарів чи послуг – це...
  - а) акція;
  - б) реклама;
  - в) імідж фірми;
  - г) екскурсія на виробництво.
- 7. Підприємство, засноване на власності однієї особи, - це...
  - а) колективне підприємство;
  - б) приватне підприємство;
  - в) мале підприємство;
  - г) державне підприємство.
- 8. Вибери правильне визначення поняття «підприємництво»:
  - а) наймана праця робітника;
  - б) самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик діяльність людей з метою одержання прибутку;
  - в) діяльність на користь іншим людям;
  - г) будь – яка господарська діяльність.
- 9. Індивідуальне підприємництво може здійснюватися у формі:



- а) командитного товариства;
  - б) приватного підприємства;
  - в) акціонерного товариства;
  - г) підприємницької діяльності фізичної особи.
10. У межах роботи зі створення власного бізнесу:
- а) здійснюється пошук підприємницької ідеї;
  - б) обґрунтовуються способи досягнення підприємством його цілей;
  - в) обирається сфера майбутньої діяльності;
  - г) обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу;
  - д) визначається місія підприємства.

## **Тема 2. Основні функції підприємництва, його форми і типи**

### **План**

1. Функції підприємництва.
2. Класифікація основних форм та типів підприємництва.
3. Характеристика підприємництва в різних сферах:
  - 3.1. Підприємництво у сфері роздрібної та гуртової торгівлі.
  - 3.2. Посередницька підприємницька діяльність та її основні форми.
  - 3.3. Підприємництво у сфері надання фінансових послуг.
  - 3.4. Страхове підприємництво.

### **1. Функції підприємництва**

Досвід розвинутих країн переконливо доводить, що сьогодні підприємництво – найпрогресивніша система ведення господарства незалежно від соціально-економічного устрою суспільства, Функції підприємництва різноманітні.

По-перше, це – гнучка форма організації виробництва, яка оперативно реагує на потреби ринку, найновіші досягнення НТП сприяє своєчасним структурним зрушенням в економіці тощо. Наприклад, тривалий час вважалося, що досягнення НТП найповніше реалізують великі фірми. Однак це переважно було характерним для першої половини ХХ ст. Сучасний же розвиток розвинутих країн переконливо доводить, що сам НТП, як і ефективна реалізація його досягнень, неможливі без широкої підприємницької діяльності, без використання найрізноманітніших форм організації виробництва.

По-друге, підприємництво – така форма господарювання, за якої утверджується почуття господаря кожного учасника суспільного виробництва. Ще до недавнього часу в нашій економічній літературі переважала думка, що підприємець - це "капіталіст", "ділок", "рвач". Однак родове поняття "господар" включав в себе багато економічних суб'єктів: не лише капіталіста, а й дрібного виробника, керівника підприємства, кооператора, орендаря, селянина-власника, кваліфікованого спеціаліста, робітника, власне, кожен ділову людину. Без широкого розвитку економічних умов підприємництва утвердження почуття господаря неможливе.

По-третє, підприємництво, якщо розуміти його як дійову організаційно-господарську творчість, як уміння вести справу, сприяє вільному розвитку працівників, вихованню в них почуття чесності, порядності, сумлінності, впровадженню демократичних принципів суспільного й економічного життя, самоуправління і т. д.

По-четверте, широкий розвиток підприємництва застерігає від суб'єктивізму й волюнтаризму і найповніше відповідає вимогам природно-історичного процесу суспільного розвитку. Він об'єктивно обумовлений рівнем розвитку продуктивних сил і відповідним характером відносин власності. Це проявляється, зокрема, в тому, що завжди рівень усупільнення виробництва в різних галузях неоднаковий, а отже, передбачає наявність різних форм власності та необхідність різноманітних методів підприємницької діяльності. Таким чином, широкий розвиток підприємництва збагачує економічну діяльність суспільства, урізноманітнює її форми, підвищує економічну й соціальну ефективність суспільного виробництва.

Як самостійна економічна одиниця підприємство, керуючись вигодою, самостійно визначає, що, як і для кого виробляти. В цьому зв'язку воно виконує ряд взаємопов'язаних функцій. Зокрема, **виробничо-технічна функція** підприємства, полягає у виробництві товарів і послуг, на які в поточний момент є попит.

Підприємство шляхом використання і перероблення ресурсів повинно створити якісну, конкурентоспроможну продукцію, яку доцільно виготовити для отримання максимального прибутку.

**Соціальна функція.** Підприємство є основним місцем працевлаштування громадян і таким чином є джерелом їхніх основних доходів. Крім того, воно забезпечує різні види соціальної допомоги працівникам та членам їхніх сімей, фірма сплачує податки до державного бюджету, пенсійного фонду, фонду соціального забезпечення та інших фондів. У багатьох країнах підприємство (фірма) забезпечує своїх: працівників не лише роботою, а й іншими суспільними вагами, а подекуди — й надає певні соціальні блага членам сім'ї працівника.

Наприклад, корпорації Японії мають власні дитячі садки, школи, вищі навчальні заклади, магазини, культурні установи. Дитина працівника звикає до своєрідного соціуму, певної спільноти, яку вона сприймає як велику сім'ю. Так культивується дух корпоративності, що забезпечує максимальну віддачу кожного з членів спільноти. Потрапити до такої організації зі сторони і вжитися в неї надзвичайно важко, тому кожен дбає про те, щоб працювати якомога ефективніше, бо звільнення з роботи, як правило, понижує людину у суспільній піраміді на кілька щаблів, особливо це позначається на її іміджі.

**Економічна функція.** Підприємство — один з основних елементів господарства держави. Фактично національне господарство є сукупністю підприємств, що взаємодіють між собою. Саме на підприємствах поєднуються продуктивні сили суспільства з його виробничими ресурсами. Тут жива праця втілюється в товарі чи послугах.

**Зовнішньоекономічна функція.** Представляючи країну на міжнародному ринкові, підприємство безпосередньо бере участь у міжнародному поділі праці. Міжнародний поділ праці, у свою чергу, так чи інакше впливає на економіку всієї країни, отже, й на кожне підприємство.

**Новаторська функція** – сприяння процесу продукування нових ідей(технічних, організаційних, управлінських), здійснення дослідно-конструкторських розробок, створення нових товарів і надання нових послуг тощо.

**Організаційна функція** – впровадження нових форм і методів організації виробництва, нових форм заробітної плати та її оптимальне поєднання з традиційними, раціональне поєднання форм одиничного поділу праці, основних елементів системи продуктивних сил та контроль за її виконанням.

**Господарська функція** – найефективніше використання трудових, фінансових, інтелектуальних та інформаційних ресурсів.

**Особистісна функція** – самореалізація власної мети підприємця, отримання задоволення від своєї роботи. Однак, відчутти себе незалежним у підприємницькій діяльності можна лише за умов успішної роботи компанії, отримання відповідних прибутків.

**Творча** - полягає у сприянні реалізації нових ідей, здійсненні техніко-економічних, наукових розробок, проектів, що пов'язані з господарським ризиком.

Підприємство є важливою ланкою у системі економічного кругообігу держави. Члени домогосподарств забезпечуються роботою на підприємствах, унаслідок чого утворюються їхні доходи. Держава при цьому виконує лише координуючу та регулюючу роль.

## **2. Класифікація основних форм підприємництва.**

Підприємництво може набирати різноманітних форм і охоплювати різні сфери діяльності.

Тип (вид) підприємницької діяльності може визначатися місцем вкладання праці у процесі виконання місії і досягнення підприємницького інтересу. Будь-який бізнес тією чи іншою мірою пов'язаний з основними фазами відтворювального циклу – виробництвом продукції, виконанням робіт і наданням послуг, обміном і розподілом товарів, а також їх споживанням. Згідно з цим і виокремлюються види підприємницької діяльності.

Згідно з Господарським кодексом України підприємства розмежуються за критеріями:

1. за формою власності:

Державне засновано на загальнодержавній власності;

Індивідуальне – засновано на особистій власності, де використовується виключно особиста праця, самостійно здійснюється виробництво, весь дохід належить виробнику;

сімейне – засновані на праці і власності однієї сім'ї; приватне – засновано на власності окремого громадянина з правом наймання робочої сили;

колективне – засновано на власності трудового колективу підприємства, кооперативу, громадської та релігійної організації;

комунальне – на власності адміністративно – територіальних одиниць; спільне – на об'єднанні підприємств різних форм власності;

орендне – підприємства різних форм власності, що їх держава на певних умовах і на певний час передає в користування трудовим колективам;

## 2. За формою організації :

партнерство (товариство)- форма організації підприємства, базується на поєднанні (пайовому, частковому) майна різних власників (виділяють товариства з повною відповідальністю, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, командитні товариства);

асоціації – об'єднання створенні з метою постійної координації громадської діяльності;

корпорації (АТ)- об'єднання створенні на основі поєднання виробничих, наукових або комерційних інтересів (виділяють два типи акціонерних товариств – публічні акціонерні товариства (ПАТ) і приватні акціонерні товариства (ПрАТ).

## 3. за розміром:

малі підприємства – українським законодавством віднесено підприємства з кількістю зайнятих 15 – 200 осіб залежно від галузі або виду діяльності. Через свою масовість малі підприємства забезпечують удвічі більшу зайнятість населення ніж великі;

середні підприємства – здійснюють виробництво невеликої, але стійкої номенклатури виробів у значних кількостях;

великі – виробництво масової продукції стабільного асортименту, здійснюють великомасштабне фінансування у розробку науково-технічних проектів.

## 4. за видом діяльності – виробничі, фінансові, посередницькі, страхові.

Підприємництво може здійснюватись у таких основних видах або їх комбінації:

перший – здійснення будь-якого виду виробничої діяльності (тобто виробництво товару, продукту, послуги);

другий — виконання посередницької функції (переміщення товару від виробника до споживача, торгівля, комерція тощо.

третій – підприємництво у фінансовій сфері, яке, з одного боку, належить до посередницької діяльності, а з іншого — до надання безпосередніх фінансових послуг. Це перетворює фінансове підприємництво у складову частину кожного з обох основних видів підприємницької діяльності.

Останнім часом деякі автори виокремлюють як самостійний вид консультативну підприємницьку діяльність (консалтинг). Це можна пояснити зростанням ролі і значення консалтингу для підприємств, що функціонують в умовах динамічного, невизначеного та швидкоплинного оточення. Особливість консультативного підприємництва полягає в тому, що фірма, яка здійснює цей вид діяльності, не має змоги показати «зразок свого товару», «зразок своєї послуги».

### **3. Характеристика підприємництва в різних сферах.**

Підприємства класифікують за сферою, видом господарської діяльності. Зумовлено це тим, що існує суспільний поділ праці, відповідно до якого утворюються підприємства сільськогосподарські, промислові, будівельні, транспортні, фінансові, торговельні, наукові, сфери обслуговування.

Підприємства різних сфер господарювання відрізняються між собою не тільки структурою і умовами виробництва, а й тим, що вони виробляють. У промисловості, наприклад, створюються як засоби виробництва (верстати, вантажні автомобілі, трактори тощо), так і предмети споживання (взуття, одяг, продукти харчування). Молоко, зерно, м'ясо, вовна, соняшник, цукровий буряк - предмети виробництва сільського господарства.

**Сільськогосподарське підприємство** — це юридична особа, основним видом діяльності якої є виробництво та переробка сільськогосподарської продукції, виручка від реалізації якої становить не менше 75 % загальної суми виручки.

**Будівельне підприємство** – підприємство будівельної галузі, яке являє собою відокремлену економічно самостійну первісну ланку, що спеціалізується на виконанні будівельної продукції (будинків, промислових об'єктів, споруд) та будівельних послуг (ремонтно-будівельних робіт). Це статутний суб'єкт, який має права юридичної особи, має самостійний баланс, розрахункові та інші рахунки у банках, круглу печатку, дозвіл на виробництво й реалізацію будівельно-монтажних робіт.

Важливе місце у ринковій економіці посідає підприємництво у сфері торгівлі, (комерція) де можна швидше отримати доходи від проведення бізнес-операцій.

**Комерційне підприємництво** – це підприємництво, пов'язане із здійсненням процесів купівлі-продажу товарів для задоволення попиту покупців та отримання прибутку.

У торгівлі виконується великий комплекс різних процесів, які поділяються на виробничі (технологічні) і комерційні.

Технологічні – пов'язані з рухом товарів і є продовженням процесу виробництва (транспортування, зберігання, пакування)

Комерційні – це процеси, пов'язані із зміною форм вартості, тобто з купівлею та продажем товарів. Сюди ж відносять і такі процеси, які забезпечують нормальне функціонування торгового механізму: організацію ринкових досліджень, встановлення партнерських зв'язків. Торгівельна діяльність в Україні регулюється Законами України „Про захист прав споживачів”, „Про зовнішньоекономічну діяльність”, „Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини”

Комерційним підприємством займаються торгові, торгово-закупівельні, торгово-посередницькі організації, торгово-виробничі підприємства, товарні біржі, зовнішньоторговельні компанії, торгово-промислові палати. Роздрібні торговельні операції здійснюються через магазини, магазини-склади, кіоски, палатки, павільйони, автомагазини, лотки, на речових ринках, виставках-продажах, продовольчих ринках.

**Сервісне підприємство** є складним комплексом матеріально-технічних, трудових, інформаційних, фінансових та інших ресурсів, призначених для задоволення широкого кола потреб. Різноманіття застосовуваних ресурсів передбачає пошук шляхів раціонального сполучення й використання їх для того, щоб забезпечити досягнення намічених цілей підприємства. Внаслідок цього з'являється необхідність глибше розглянути процеси функціонування й розвитку підприємств сфери послуг.

Підприємства сфери послуг являють собою відкриту соціально-економічну систему, що володіє рядом відмінних ознак.

По-перше, підприємство сфери послуг наряду з підприємствами інших галузей є соціально орієнтованими системами, яким властиве цілеспрямована колективна поведінка.

По-друге, ці підприємства створені для надання послуг і тому вбудовані в господарську систему країни. Тим самим, наряду із соціальними ці системи є також економічними, або, вірніше, соціально-економічними системами.

По-третє, діяльність таких систем вимагає залучення різних ресурсів, для чого необхідна організація ресурсного забезпечення й управління ними для одержання очікуваного результату. Лише обґрунтоване застосування методів організації й управління створює умови для успішної роботи підприємств.

**Підприємництво у сфері надання фінансових послуг** – це діяльність, яка пов'язана з грошовим обігом, обміном вартостей, торгівлею цінними паперами з метою одержання прибутку.

Об'єктами виступають гроші, іноземна валюта, цінні папери, кредити. Активними суб'єктами підприємництва у фінансовій сфері є комерційні та інвестиційні банки, інвестиційні фонди і компанії, фондові біржі.

*Комерційний банк* – це спеціалізована фінансова установа, яка акумулює фінансові ресурси, надає їх в тимчасове користування у вигляді кредитів (позик), здійснює посередництво у взаємних платежах і розрахунках між підприємствами, установами і окремими особами з метою отримання прибутку.

*Інвестиційний фонд* – це юридична особа, заснована у формі закритого акціонерного товариства, що проводить діяльність виключно у галузі спільного інвестування.

*Інвестиційна компанія* – це торговець цінними паперами, який може залучати кошти для здійснення спільного інвестування шляхом емісії цінних паперів та їхнього розміщення.

*Фондова біржа* – це організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами. ФБ сприяє підвищенню мобільності капіталу, виявляє реальну вартість активів. На біржі власники цінних паперів можуть проводити операції з купівлі-продажу через посередників. Основна роль ФБ полягає у забезпеченні руху грошових капіталів, що забезпечує розподіл і перерозподіл доходів між суб'єктами ринку, галузями економіки.

### **3.1. Підприємництво у сфері роздрібної та гуртової торгівлі**

Важливе місце у ринковій економіці посідає підприємництво у сфері торгівлі, (комерція) де можна швидше отримати доходи від проведення бізнес-операцій.

*Комерційне підприємництво* – це підприємництво, пов'язане із здійсненням процесів купівлі-продажу товарів для задоволення попиту покупців та отримання прибутку.

У торгівлі виконується великий комплекс різних процесів, які поділяються на виробничі (технологічні) і комерційні.



Технологічні – пов’язані з рухом товарів і є продовженням процесу виробництва (транспортування, зберігання, пакування)

Комерційні – це процеси, пов’язані із зміною форм вартості, тобто з купівлею та продажем товарів. Сюди ж відносять і такі процеси, які забезпечують нормальне функціонування торгового механізму: організацію ринкових досліджень, встановлення партнерських зв’язків. Торгівельна діяльність в Україні регулюється Законами України „Про захист прав споживачів”, „Про зовнішньоекономічну діяльність”, „Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини”

Комерційним підприємництвом займаються торгові, торгово-закупівельні, торгово-посередницькі організації, торгово-виробничі підприємства, товарні біржі, зовнішньоторговельні компанії, торгово-промислові палати. Роздрібні торговельні операції здійснюються через магазини, магазини-склади, кіоски, палатки, павільйони, автомагазини, лотки, на речових ринках, виставках-продажах, продовольчих ринках.

Магазини – це стаціонарні пункти роздрібного продажу товарів, що займають окремі приміщення та мають торговельний зал для покупців. Магазини можуть бути:

- за товарною спеціалізацією – продовольчі, непродовольчі, змішані;
- за товарним асортиментом – спеціалізовані, неспеціалізовані, універмаги, універсами, торговельні комплекси
- за формами торгівлі – індивідуальне обслуговування (через прилавок), самообслуговування, торгівля за зразками, фірмова торгівля, торгівля за попереднім замовленням.

Дрібнороздрібна торгівля представлена палатками, кіосками, які займають окреме приміщення, але не мають торговельного залу. Основними елементами комерційної діяльності торговельних підприємств є: вивчення попиту і кон’юнктури, пошук та вибір постачальників, встановлення господарських зв’язків, закупівля товарів, оптова реалізація.

Сутність комерційної операції полягає в тому, що спочатку підприємець закупає товар у власника. Він сплачує за куплений товар грошову суму Гз, яка залежить від кількості товару і його ціни за одиницю. Далі підприємець продає товар покупцю та одержує належну грошову суму Гр. З суми виручки від реалізації товару відраховуються витрати на оплату найманих працівників, амортизацію, податки, рекламу та ін.

### 3.2. Посередницька підприємницька діяльність та її основні форми

*Посередники* – це особи, що представляють на ринку інтереси виробників чи споживачів.

Мета посередництва – сполучення економічних інтересів виробників і споживачів, поєднання їх у єдиний ланцюг підприємницької угоди.

Існують такі методи збуту: прямий і непрямий.

Прямий збут передбачає вступ виробника продукції у безпосередні відносини з її споживачами, не звертаючись до послуг незалежних посередників.

При непрямому методі збуту виробник товарів використовує послуги різного роду посередників.

Види посередників:

*Агент* – це особа, яка діє від імені і в інтересах виробника або покупця. Агент не бере на себе право власності на товари. Головна його функція – сприяння процесу купівлі-продажу.

*Принципал* – це особа, від імені і на користь якої діє агент. Принципалом може бути: власник товару, який доручає агенту продати його; покупець товару, який доручає агенту необхідну продукцію.

*Брокер* – це посередник при укладанні угод, спеціалізується з певних видів товарів та послуг, діє за дорученням і за рахунок клієнтів, одержує від них винагороду. Діяльність брокерів пов'язана з організацією брокерських контор, бірж. Брокерська контора - юридична особа, що займається посередництвом на біржі

*Комісіонер* – це посередник, який за встановлену винагороду (комісію) укладає угоди за дорученням і за рахунок комітента, але від свого імені. Правовою основою регулювання відносин між комісіонером та комітентом є договір комісії.

*Комітент* – сторона договору комісії, яка дає доручення комісіонеру на здійснення за винагороду однієї чи декількох угод від імені комісіонера за свій рахунок. До послуг комісіонерів звертаються при продажу непродовольчих товарів, с/г продукції.

*Консигнатор* – посередник, який продає товар зі свого складу на підставі договору доручення консигнанта (консигнаційної угоди).

*Консигнант* – це юридична чи фізична особа, яка дає доручення щодо реалізації продукції зі складських приміщень консигнатора. Особливістю діяльності консигнатора є те, що він є власником складських приміщень і одночасно оптовиком-посередником.

*Дистриб'ютор* – незалежний оптовий посередник, який торгує від власного імені і має право власності на товар. Спеціалізується на придбанні товарів у виробників за свій рахунок та самостійно реалізує їх постійним клієнтам.

*Дилер* – посередник, що здійснює перепродаж товарів від свого імені і за свій рахунок. Дилер найчастіше має справу з купівлею транспортних засобів, які він купує за свій рахунок, зберігаючи марку фірми-виробника та продає товари окремим покупцям.

*Торговий маклер* – посередник, який сам не бере участі в укладанні угоди, а тільки вказує на можливість її укладання.

*Посилторговець* – оптовик-посередник, що займається реалізацією товарів шляхом розсилання каталогів потенційним покупцям.

*Комівоєжер* – це збутовий посередник, який за дорученням підприємства не тільки продає, але і доставляє товар покупцю.

*Аукціоніст* – посередник, який організовує та проводить аукціонну торгівлю. Аукціонна торгівля – спосіб продажу товарів, які мають індивідуальні властивості, з публічного торгу у заздалегідь встановлений час та у визначеному місці.

*Мерчандайзер* – це посередник між дистриб'ютором та роздрібним торговцем, який не має права власності на товар, виступає на ринку в інтересах компанії виробника. Мерчандайзинг – це комплекс заходів, спрямованих на активізацію реклами, привернення уваги споживачів до новинок, прискорення процесу купівлі-продажу.

### **3.3. Підприємництво у сфері надання фінансових послуг**

Особливе місце у структурі підприємництва займають фінансові інститути, які надають послуги фінансово-кредитного характеру з тим, щоб забезпечити фінансове оздоровлення підприємства, провести реконструкцію та модернізацію виробництва, купити сировину, матеріали, техніку.

Підприємництво у сфері надання фінансових послуг – це діяльність, яка пов'язана з грошовим обігом, обміном вартостей, торгівлею цінними паперами з метою одержання прибутку.

Об'єктами виступають гроші, іноземна валюта, цінні папери, кредити. Активними суб'єктами підприємництва у фінансовій сфері є комерційні та інвестиційні банки, інвестиційні фонди і компанії, фондові біржі. Сутність фінансової підприємницької операції полягає в тому, що підприємець одержує основний фактор підприємництва у формі грошових надходжень (грошей, ц.п) за грошову суму П1 у власників грошей. Одержані гроші надаються покупцям за плату П2, яка перевищує П1 і в результаті формується прибуток.

Фінансові посередники – це спеціалізовані професійні оператори ринку, інвестиційно-кредитні установи, що перерозподіляють ресурси між постачальниками і споживачами фінансового капіталу.

Найголовніше завдання – спрямувати рух капіталу (заощаджень) до найефективніших споживачів. Базовою основою функціонування є реалізація кредитно-інвестиційних угод, тобто безпосереднє фінансування

Фінансові посередники виконують такі функції:

1. Консолідація заощаджень індивідуальних інвесторів у єдиний пул і подальше укладання накопиченого капіталу в різні проекти;
2. Забезпечення рівноваги на ринку капіталів через погодження пропозицій і попиту на фінансові ресурси
3. Перерозподіл і зниження фінансових ризиків
4. Забезпечення підвищеної ліквідності фінансових вкладів шляхом професійного управління активами.

Фінансових посередників умовно можна поділити на такі групи:

- депозитні установи (комерційні, інвестиційні, ощадні банки, кредитні спілки);
- установи контрактного типу (пенсійні фонди, страхові компанії, довірчі товариства)
- інвестиційні фонди та інвестиційні компанії.

Майже в усіх країнах світу склалась дворівнева банківська система. Перший рівень – центральний (емісійний) національний банк. Другий – комерційні банки, до яких відносять : власне комерційні банки, інвестиційні, іпотечні та ощадні банки.

*Комерційний банк* – це спеціалізована фінансова установа, яка акумулює фінансові ресурси, надає їх в тимчасове користування у вигляді кредитів (позик), здійснює посередництво у взаємних платежах і розрахунках між підприємствами, установами і окремими особами з метою отримання прибутку.

Джерелом доходів є різниця між процентними ставками депозитних (залучених) та кредитних (позичкових) коштів. Комерційні банки є юридичними особами. Статут комерційного банку повинен відповідати вимогам законодавства України та нормативним актам Національного банку; а статутний фонд формується за рахунок коштів акціонерів або пайових внесків засновників банку.

Характерними особливостями комерційних банків є: самостійне встановлення процентних ставок по своїх операціях, надання права клієнтам відкривати розрахункові (поточні, валютні) рахунки; проведення розрахунків за встановленими формами звітності; проведення перевірки діяльності банків уповноваженими аудиторськими організаціями.

Операції комерційних банків можна поділити на такі групи: пасивні (залучення коштів); активні (розміщення фінансових ресурсів через кредити); комісійно-посередницькі (виконання різних операцій за дорученнями клієнтів із сплатою комісії).

В розвинутих країнах успішно діють *інвестиційні банки* – фінансові інститути, що спеціалізуються на операціях із цінними паперами, реалізації інвестиційних проектів, довгостроковому кредитуванні і фінансуванні підприємств різних сфер бізнесу. Основні їх функції: участь у фінансових програмах емітентів, емісія та розміщення цінних паперів, управління фінансовими активами, інвестиційне проектування, довгострокове кредитування інвесторів-покупців цінних паперів. Займаючись фінансуванням довгострокових інвестицій, такі банки забезпечують концентрацію фінансових ресурсів на нове будівництво і реконструкцію підприємств, розвиток споживчого ринку, прискорення наукових розробок і проектів. Це приводить до стабілізації діяльності та активізації економічних процесів.

*Інвестиційний фонд* – це юридична особа, заснована у формі закритого акціонерного товариства, що проводить діяльність виключно у галузі спільного інвестування.

*Спільне інвестування* – діяльність, що здійснюється в інтересах і за рахунок засновників та учасників інвестиційного фонду шляхом випуску інвестиційних сертифікатів та проведення комерційної діяльності з цінними паперами.

Інвестиційні фонди поділяються на відкриті та закриті.

*Відкритий інвестиційний фонд* – це фонд, який випускає інвестиційні сертифікати із зобов'язанням перед учасниками щодо їхнього викупу. Він створюється на невизначений строк і здійснює викуп своїх інвестиційних сертифікатів у певні строки.

*Закритий інвестиційний фонд* – це фонд, який здійснює випуск інвестиційних сертифікатів без взяття зобов'язань про їхній викуп.

*Інвестиційна компанія* – це торговець цінними паперами, який може залучати кошти для здійснення спільного інвестування шляхом емісії цінних паперів та їхнього розміщення.

*Фондова біржа* – це організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами. ФБ сприяє підвищенню мобільності капіталу, виявляє реальну вартість активів. На біржі власники цінних паперів можуть проводити операції з купівлі-продажу через посередників. Основна роль ФБ полягає у забезпеченні руху грошових капіталів, що забезпечує розподіл і перерозподіл доходів між суб'єктами ринку, галузями економіки.

### 3.4. Страхове підприємництво.

Страхування – це вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі, коли відбуваються певні події (страхові випадки), визначені договором страхування або чинним законодавством, за рахунок грошових коштів, що формуються шляхом сплати громадянами та юридичними особами страхових платежів.

Суб'єктами страхової угоди є страховик і страхувальник. Страховиками є юридичні особи, засновані у формі акціонерних, повних, командитних товариств, товариств з додатковою відповідальністю, а також товариств, що одержали у встановленому порядку ліцензію на здійснення страхової діяльності.

Основними видами страхування є:

1. Особисте страхування. Передбачає страхування життя, здоров'я, працездатності страхувальника. Страховик зобов'язується видати страхувальнику встановлену суму залежно від втрати здоров'я, обумовленої нещасним випадком.

2. Майнове страхування. Пов'язане з володінням і користуванням майна. При страхуванні майна проводиться його оцінка і в договорі страхування встановлюється частка компенсації вартості загубленого чи знищеного майна.

3. Страхування відповідальності. Це страхування заборгованості, тобто відповідальності боржників (наприклад ризик непогашення кредиту позичальником)

Існують дві форми страхування: добровільне і обов'язкове. Підприємництво має справу з добровільною формою страхування; обов'язковими є медичне страхування, державне особисте страхування військовослужбовців, страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів, страхування ризикових професій та ін.

Правовою основою взаємовідносин учасників страхової угоди є договір страхування (письмова угода між страхувальником і страховиком, згідно з якою страховик бере на себе зобов'язання у разі виникнення страхового випадку виплатити страхову суму або відшкодувати завданий збиток у межах страхової суми.

### Тестові завдання:

1. Підприємництво можна розглядати як:
  - а. гнучка форма організації виробництва;
  - б. форма утвердження відчуття господаря;
  - в. дійова організаційно-господарська творчість;
  - г. всі відповіді правильні.
2. Сприяння процесу генерування нових ідей забезпечує така функція підприємництва:
  - а. соціальна;
  - б. новаторська;
  - в. мотиваційна;
  - г. особистісна;
3. Самореалізація власної мети підприємця, задоволення від власної роботи забезпечує така функція підприємництва як:
  - а. соціальна;
  - б. новаторська;
  - в. мотиваційна;
  - г. особистісна;
4. За формою власності не виділяють таких підприємств:
  - а. індивідуальних;
  - б. колективних;
  - в. сімейних;
  - г. іноземних;
5. Вид підприємства, яке засноване на власності трудового колективу:
  - а. комунальне;
  - б. колективне;
  - в. сімейне;
  - г. трудове;
6. Об'єднання підприємств створене для постійної координації громадської діяльності:
  - а. асоціації;
  - б. корпорації;
  - в. партнерство;
  - г. холдинг;
7. Підприємництво пов'язане з постійною купівлею-продажем товарів:
  - а. комерційне;
  - б. фінансове;
  - в. консалтингове;

- г. посередницьке;
- 8. За товарною спеціалізацією магазини бувають:
  - а. продовольчі, непродовольчі, змішані;
  - б. спеціалізовані, не спеціалізовані, універмаги;
  - в. продуктові, не продуктові;
  - г. фірмової торгівлі, торгівлі за планом замовлень;
- 9. Особа, яка діє від імені та в інтересах виробника чи споживача:
  - а. дилер;
  - б. брокер;
  - в. мерчендайзер;
  - г. агент;
- 10. Вид цивільно-правових відносин щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб в разі настання певних подій:
  - а. факторинг;
  - б. підприємництво;
  - в. страхування;
  - г. контролінг;



### **Тема 3. Організація та розвиток власної справи**

1. Пошук та оцінка бізнес-ідей.
2. Створення нового підприємства, бізнес-планування.
3. Державна реєстрація підприємств в Україні.
4. Ліцензування підприємницької діяльності.
5. Управління новим підприємством. Стадії розвитку фірми.

#### **1. Пошук та оцінка бізнес-ідей.**

Багато бізнес-ідей вже придумані, і придумувати нові стає все важче. Ще всесвітньо відомий винахідник Томас Едісон сказав геніальну фразу: "Якщо хочете придумати чудові ідеї, знайте: кращі з них Ви можете запозичити". Тому ми буде розглядати унікальність бізнес-ідеї дещо ширше. Це може бути навіть і не новий бізнес, просто необхідно, щоб на певній території (області, місті, районі) діяльністю, подібній до Вашої ніхто не займався. Таким чином, ви зможете уникнути конкуренції хоча б на початковому етапі. Унікальність бізнес-ідеї не обов'язково повинна ґрунтуватися на зовсім нових відкриттях або наукових винаходах. Ідея бізнесу може бути вже використана, але в інших місцях, а використати її в потрібний час та в потрібному місці придумали Ви!

Найскладніше в реалізації бізнес-ідеї це почати діяти У такому випадку про свій бізнес не може бути й мови.

Процес підприємницької діяльності починається з розробки концепції, тобто тих принципових рішень, які закладаються в основу майбутньої справи. У рамках роботи над концепцією підприємець здійснює пошук відповідної ідеї свого бізнесу оцінює шанси на успіх при її реалізації. Причому така оцінка повинна бути багатосторонньою. Важливо просіяти ідею крізь різні сита, розглянути її з різних точок зору: наявності споживачів і їх потреб в теперішньому часі і майбутньому; міри конкуренції; можливостей придбання виробничих і залучення необхідних фінансових ресурсів; існуючих обмежень з боку законодавства і навіть власного досвіду, інтересів і здібностей підприємця.

Пошук ідеї свого бізнесу - одна з найбільш важких і відповідальних задач підприємця, який знаходить в цій ідеї можливість реалізації своєї суті, таланту, темпераменту, знань інтуїції. На цьому етапі створення своєї справи для кожного підприємця дуже важливими є відповіді на питання: де і як шукати нову ідею?

Хороша бізнес-ідея з'являється не на пустому місці. Джерела народження нових ідей можуть бути самими різними, але частіше за все як таких виступають: споживачі, діючі компанії, уряд, результати досліджень і розробок.

Споживач – це той початковий пункт формування ідеї нового продукту або послуги, якому підприємець повинен приділяти увагу. Постійні контакти з споживачами, пошук формальних і неформальних способів виявлення їх думки в багатьох випадках приводять до появи нових успішних ідей в бізнесі.

Діючі компанії – не менш значуще для підприємця джерело нових ідей. Докладний аналіз часто дозволяє приховати нові можливості вдосконалення продукції або послуг діючих компаній і на цій основі сформулювати концепцію свого власного бізнесу.

Діяльність деяких урядових установ, наприклад, комітету по винаходах і відкриттях, також може бути джерелом нових підприємницьких ідей. Сама по собі патентна інформація – це ще не бізнес-ідея, а своєрідний вступ до неї. Але вона може навести ринково орієнтованих підприємців на думці про нове виробництво.

Широке джерело нових ідей - це результати досліджень і розробок. Вони можуть бути отримані самими підприємцями або запозичені у інших дослідницьких організацій. Зрозуміло, що чим вище рівень досліджень, тим більше шансів на їх успішну комерційну реалізацію.

#### Методи пошуку підприємницьких ідей

| Методи творчого пошуку підприємницьких ідей |                                     |                                    |
|---|-------------------------------------|------------------------------------|
| Методи індивідуального творчого пошуку      | Методи колективного творчого пошуку | Методи активізації творчого пошуку |
| Метод аналогії                              | «Мозковий штурм»                    | Метод контрольних питань           |
| Метод інверсії                              | Конференція ідей                    | Метод фокальних об'єктів           |
| Метод ідеалізації                           | Метод колективного блокнота         | Метод морфологічного аналізу       |

У цей час розроблена безліч різноманітних методів евристичного (творчого) пошуку підприємницьких ідей. Всю їх сукупність можна розділити на три групи:

1. Методи індивідуального творчого пошуку.
2. Методи колективного творчого пошуку.
3. Методи активізації творчого пошуку..

Розглянемо деякі з них.

**Метод аналогії** передбачає використання подібного відомого рішення, «підказаного», наприклад, технічною, економічною або художньою літературою, витвором мистецтва перейнятого у природи.

**Метод інверсії** передбачає такі підходи до розв'язання проблеми як: перевернути «шкереберть», вивернути навиорот, поміняти місцями. Цей метод привчає до гнучкості мислення, відмови від традиційних рішень, дозволяє долати психологічну інерцію.

**Метод ідеалізації** направлений на отримання уявлення про ідеальне розв'язання проблеми. Розглядати ідеальні рішення часто виявляється корисним, навіть якщо це зв'язане з деякою часткою фантазії, оскільки дані рішення можуть наштовхнути на нову ідею.

**«Мозковий штурм»** - найбільш відомий метод генерування нових ідей шляхом творчої співпраці груп фахівців. Сам процес «мозкового штурму» являє собою організовану для рішення певної проблеми дискусію, учасники якої висувують і розвивають власні ідеї, ідеї своїх колег, використовують одні ідеї для розвитку інших, комбінують їх.

**Метод колективного блокнота** поєднує індивідуальне незалежне висунення ідей кожним членом робочої групи з колективною їх оцінкою. Реалізація цього методу генерування ідей має свої особливості. Кожний учасник групи отримує блокнот, в якому в доступній формі викладена суть проблеми, що вирішується. Протягом місяця кожний учасник щодня записує в блокнот і оцінює виниклі у нього ідеї за рішенням проблеми, що розглядається. Потім ці блокноти здаються керівнику групи для узагальнення і систематизації інформації, що міститься в них. Реалізація методу завершується творчою дискусією і обговоренням систематизованого матеріалу.

**Завдання методу контрольних питань** - підвести до рішення проблеми за допомогою навідних питань. Метод може застосовуватися як в індивідуальній роботі, коли дослідник сам собі задає питання і шукає на них відповіді, так і при колективному обговоренні проблеми. У західній практиці часто використовується запитувач складений Алексом Осборном. Він включає в себе наступні основні питання:

- яке нове застосування даному об'єкту можна запропонувати?
- на який інший об'єкт схожий даний об'єкт і що можна скопіювати?
- які модифікації даного об'єкта можливі, якщо його (обертати, згинати, скручувати, повертати, змінювати функції, колір, форму, контур і т.п.?)
- що можна в даному об'єкті збільшити (розміри, міцність, число елементів і т.д.)?
- що можна в даному об'єкті зменшити, ущільнити, звузити, роздрібнити і т.п.?

- що можна в даному об'єкті замінити?
- що можна в даному об'єкті перетворити (схему, компонування, порядок роботи і т.п.)?
- що можна в даному об'єкті зробити навпаки?
- які нові комбінації елементів даного об'єкта можливі?

Суть **методу фокальних об'єктів** перебуває в перенесенні ознак випадково вибраних об'єктів на об'єкт, що вдосконалюється, який лежить як би в фокусі перенесення і тому називається фокальним. У результаті виникає ряд несподіваних варіантів рішення.

#### **Етапи оцінки бізнес-ідеї.**

**Перший етап.** Кожна ідея оцінюється за трьома групами характеристик:

1. загальними (рівень інвестицій, ступінь ризику, потенційний прибуток, можливість патентування, реальна здійсненність);
2. маркетинговими (розмір ринку, конкуренція, тривалість життєвого циклу);
3. виробничими (відповідність виробничим можливостям, тривалість виробничого циклу до комерційної реалізації, доступність трудових і матеріальних ресурсів).

**Другий етап.** Концепція бізнес-ідеї перевіряється на потенційних покупцях. Товар на словах описують потенційним покупцям (наприклад, друзям при зустрічі або по телефону) і просять їх висловити свою думку.

**Третій етап.** Робиться економічний аналіз ідеї з метою визначення витрат, виручки, фінансування, очікуваного прибутку.

**Четвертий етап.** Розробка невеликої партії товару і пробний маркетинг.

## **2. Створення нового підприємства, бізнес-планування**

Як правове поняття створення включає визначення засновників, їх засновницької компетенції, порядку діяльності щодо створення підприємства. Засновником є особа, що має право створити у встановленому порядку підприємство (організацію) як юридичну особу. За Законом «Про власність» (ст.ст.6,33) і Законом «Про підприємства в Україні» (ст.5) таким правом наділені безпосередньо власники засобів виробництва та іншого майна та уповноважені учасником (власниками) органи, тобто фізичні і юридичні особи, що мають засновницьку право- і дієздатність. Отже, тут діє загальний принцип, згідно з яким, засновниками (співзасновниками) можуть бути «фізичні і юридичні особи, крім випадків, передбачених законодавчими актами України».

Уповноважені органи, які можуть бути засновниками підприємств, визначає власник. Щодо підприємств загальнодержавної власності — це

підвідомчі Кабінету міністрів України органи державної виконавчої влади, інші центральні відомства. Вони приймають рішення про створення підприємств державної власності, затверджують статuti і контролюють їх дотримання, укладають та розривають контракти з керівниками підприємств, контролюють ефективність використання закріпленого за підприємствами майна, його збереження. Це загальне правило. В окремих випадках (наприклад, щодо підприємств будівельного комплексу) зазначені функції і повноваження Кабінет міністрів України делегує господарським об'єднанням: коропораціям, концернам тощо. Щодо підприємств комунальної власності уповноваженими органами з засновницькими правами є виконкоми обласних і міських Рад, місцеві державні адміністрації та уповноважені ними органи.

Засновники реалізують засновницькі права шляхом обрання організаційної форми підприємства; визначення цілей і предмета його діяльності; прийняття рішення про його створення: затвердження в установленому порядку статуту; передачі безоплатно на баланс підприємства основних фондів та обігових коштів; формування органів управління, визначення у статуті меж їх повноважень тощо.

Створення підприємства в юридичному розумінні являє собою затвердження та одержання передбачених законом документів: рішення власника (власників) або уповноваженого органу про створення підприємства, статуту (якщо цього вимагає організаційна форма), посвідчення про державну реєстрацію. При необхідності для новостворюваного підприємства земельної ділянки сюди входять також документи на землекористування (землеволодіння), визначені земельним законодавством України.

Дозвіл на користування створюваним підприємством земельною ділянкою, а також іншими природними ресурсами видається за рішенням місцевої Ради народних депутатів за місцезнаходженням підприємства в порядку, встановленому Земельним кодексом України (ст.ст.19,21,23,32,34 та ін). Відмова у наданні земельної ділянки може бути оскаржена у встановленому законом порядку.

Господарське законодавство регулює також способи створення підприємств. Так, підприємство може бути створене згідно з рішенням одного або кількох власників або уповноваженого ним органу.

Підприємство може створюватись внаслідок примусового поділу іншого підприємства відповідно до антимонопольного законодавства України. Примусовий поділ підприємства здійснюється згідно з розпорядженням Антимонопольного комітету України, його територіальних управлінь. Розпорядження про поділ підприємства-монополіста є обов'язковим для власника (власників) або уповноваженого ним органу. Розпорядження про

примусовий поділ визначає строк створення нових підприємств, який не може бути меншим 6 місяців.

Підприємство може створюватись шляхом реорганізації діючого підприємства, тобто в результаті виділення із складу діючого підприємства одного або кількох структурних підрозділів за рішенням їх трудових колективів, якщо на це є згода власника чи уповноваженого ним органу. Аналогічно може створюватись підприємство на базі структурної одиниці діючого об'єднання. Щодо таких підприємств діє правило про збереження за ними взаємних зобов'язань та укладених договорів з іншими підприємствами.

Підприємства мають право створювати на території України та за її межами суб'єкти господарського права без прав юридичної особи — свої відособлені підрозділи: філії, представництва, відділення та ін. з правами відкриття поточних і розрахункових рахунків. Відособлені підрозділи діють на підставі положень про них, які затверджуються підприємством. Відкриття вказаних підрозділів не потребує їх реєстрації. Підприємство лише повідомляє про це реєстраційний орган шляхом внесення додаткової інформації в свою реєстраційну картку.

Аналогічно створюються дочірні підприємства. За законодавством України, правом створювати дочірні підприємства наділені підприємства двох організаційних форм: господарські товариства (ст.9 Закону «Про господарські товариства») і підприємства з іноземними інвестиціями (ст.24 Декрету «Про режим іноземного інвестування»). Проте вони мають бути зареєстровані в порядку, встановленому для реєстрації підприємств.

Бізнес-план — це ретельно підготовлений плановий документ, який розкриває усі сторони будь-якого започатковуваного комерційного проекту. Він дозволяє передбачати заходи щодо реалізації нової ідеї, визначати необхідне фінансове забезпечення і отримання певного зиску. Практично його можна вважати формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення тієї або іншої підприємницької ідеї.

Бізнес-план — це документ, який містить систему ув'язаних в часі та в просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту (угоди).

Бізнес-планування включає в себе три етапи:

- підготовчий період — підбір виконавців, консультантів та експертів, постановка завдання і розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного плану (графіка) виконання робіт, збір вихідної інформації;
- розробка бізнес-плану;

- презентація бізнес-плану – доведення основних положень бізнес-плану до потенційних інвесторів.

Складанню бізнес-плану передують визначення цілей власного бізнесу в загалі і бізнес-плану зокрема.

Бізнес-план охоплює як зовнішні, так і внутрішні цілі. Основна зовнішня ціль полягає в тому, щоб запевнити майбутніх партнерів і кредиторів в успіху справи. Головна внутрішня ціль бізнес-плану – бути основою управління підприємницькою діяльністю. Конкретні цілі розкривають зміст і особливості планових заходів, особливості самого підприємства, специфіку його діяльності.

Бізнес-план дає змогу розв'язати цілий ряд завдань, основними серед яких є:

- 1) обґрунтування економічної доцільності напрямків розвитку підприємства;
- 2) розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності підприємства, насамперед обсягів продажу та прибутку;
- 3) визначення джерел фінансування обраної стратегії, тобто способів концентрації фінансових ресурсів;
- 4) підбір працівників, спроможних реалізувати даний план.

Кожне завдання плану може бути розв'язане лише у взаємозв'язку з іншими. Центром бізнес-плану є концентрація фінансових ресурсів. Саме бізнес-план виступає важливим засобом збільшення капіталу підприємства. Процес складання плану дає змогу глибоко проаналізувати розпочату справу у всіх деталях. Бізнес-план є основою бізнес-пропозиції у переговорах з майбутніми партнерами, він відіграє важливу роль при комплектуванні основного персоналу підприємства.

Таким чином, бізнес-план, по-перше, може бути використаний для розробки концепції бізнесу, для детального відпрацювання стратегії, для попередження помилок шляхом детального аналізу маркетингу, фінансів, виробничої діяльності підприємства.

По-друге, бізнес-план є інструментом, за допомогою якого суб'єкт господарювання може оцінити фактичні результати своєї діяльності за певний період.

По-третє, бізнес-план є засобом залучення коштів.

Підприємства, що вже сформувались, при розробці бізнес-плану мають певні переваги порівняно з підприємствами-початківцями. Цифри, які вони використовують для розрахунків, надійно обґрунтовані результатами їх діяльності, їх задуми на майбутнє впливають з їх колишньої стратегії, спираючись на успіхи підприємства, досвід, набутий на своїх помилках.

На шляху створення будь-якої справи постає ряд суттєвих перешкод, кожна з яких за відсутності необхідного підходу може стати причиною виникнення проблемної ситуації. До них відносяться організація управління, накопичення капіталу, розробка та маркетинг продукту, підтримання на необхідному рівні валового прибутку та захист бізнесу від небажаного впливу. Статистика свідчить, що 75% усіх нових починань у бізнесі є невдалими в перші роки.

При виникненні будь-яких труднощів суб'єкт підприємницької діяльності повинен дослідити стан бізнесу та виявити можливі перешкоди. Кожного разу, з'ясувавши та вирішивши певну проблему, підприємство тим самим звільняється ще від однієї перешкоди, яка може призвести до невдачі, і, таким чином, підвищує свої шанси на успіх.

Багато з проблем можуть бути вирішені шляхом постійного уточнення бізнес-плану з метою приведення його у відповідність до умов, що змінюються. Це дасть можливість використовувати бізнес-план як реальний критерій оцінки фактичних результатів діяльності підприємства.

Бізнес-план минулого року може показати, яка із стратегій компанії виявилась ефективною, а яка ні, і наскільки результативним був той чи інший спосіб його реалізації.

При вивченні фактичних результатів роботи порівняно з бізнес-планом виявляються позитивні та негативні сторони організації, які можна використати для усунення відхилень між плановими і фактичними показниками.

Фінансовий розділ попереднього бізнес-плану може використовуватись як засіб об'єктивного спостереження за розвитком бізнесу. Фінансові прогнози, закладені у плані, становлять основу бюджету підприємства. Відхилення від розрахунків виявляються у статтях, де або думки про необхідні ресурси були хибними, або контроль в період виконання плану був недостатнім. Отже, крім управлінської функції бізнес-плану, його можна використовувати як засіб моніторингу.

Бізнес-план може сприяти залученню інвесторів та кредиторів. Перед тим, як ризикувати своїм капіталом, інвестори мають впевнитись у надійності розробки проекту та мати уявлення про його ефективність. Вони мають вивчити бізнес-план перед розглядом можливості капіталовкладень.

### **3. Державна реєстрація підприємств в Україні**

Систему органів у сфері державної реєстрації становлять:

- 1) Міністерство юстиції України;
- 2) інші суб'єкти державної реєстрації.



До повноважень Міністерства юстиції України у сфері державної реєстрації належить:

- 1) формування державної політики у сфері державної реєстрації;
- 2) нормативно-правове, методологічне та інформаційне забезпечення у сфері державної реєстрації;
- 3) координація діяльності у сфері державної реєстрації громадських формувань;
- 4) контроль за діяльністю у сфері державної реєстрації;
- 5) здійснення повноважень держателя Єдиного державного реєстру;
- 6) визначення технічного адміністратора;
- 7) забезпечення надання доступу державним реєстраторам до Єдиного державного реєстру та прийняття рішень про блокування та анулювання такого доступу у випадках, передбачених цим Законом;
- 8) розгляд скарг на рішення, дії або бездіяльність державних реєстраторів, суб'єктів державної реєстрації, територіальних органів Міністерства юстиції України та прийняття обов'язкових до виконання суб'єктами державної реєстрації рішень, передбачених цим Законом;
- 9) складання протоколів про адміністративні правопорушення у випадках, передбачених [Кодексом України про адміністративні правопорушення](#);
- 10) взаємодія з державними органами, органами місцевого самоврядування, міжнародними організаціями з питань державної реєстрації;
- 11) державна реєстрація політичних партій, всеукраїнських профспілок, їх об'єднань, всеукраїнських об'єднань організацій роботодавців, відокремлених підрозділів іноземних неурядових організацій, представництв, філій іноземних благодійних організацій, постійно діючих третейських судів, засновниками яких є всеукраїнські громадські організації, всеукраїнських творчих спілок та їхньої символіки;
- 12) надання виписок та інформаційних довідок у паперовій формі для проставлення апостилю та проставлення на них апостилю;
- 13) здійснення інших повноважень, передбачених цим Законом та іншими нормативно-правовими актами.

Відповідно до статті 5 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» до повноважень інших суб'єктів державної реєстрації належить:

- 1) забезпечення:
  - прийому документів, поданих для державної реєстрації;
  - державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій;
  - ведення Єдиного державного реєстру та надання відомостей з нього;
  - ведення реєстраційних справ;

2) здійснення інших повноважень, передбачених цим Законом та іншими нормативно-правовими актами.

Акредитовані суб'єкти можуть здійснювати усі повноваження, визначені у цій частині, або здійснювати повноваження щодо забезпечення прийняття та видачі документів у сфері державної реєстрації на підставі договору з іншим суб'єктом державної реєстрації та/або нотаріусом.

Реєстрацією підприємства займається Державний реєстратор. Державним реєстратором може бути громадянин України, який має вищу освіту, відповідає кваліфікаційним вимогам, визначеним Міністерством юстиції України, та перебуває у трудових відносинах з суб'єктом державної реєстрації (крім нотаріусів), та нотаріус.

Державний реєстратор виконує наступні функції:

- 1) приймає документи;
- 2) перевіряє документи на наявність підстав для зупинення розгляду документів;
- 3) перевіряє документи на наявність підстав для відмови у державній реєстрації;
- 4) проводить реєстраційну дію (у тому числі з урахуванням принципу мовчазної згоди) за відсутності підстав для зупинення розгляду документів та відмови у державній реєстрації шляхом внесення запису до Єдиного державного реєстру;
- 5) веде Єдиний державний реєстр;
- 6) веде реєстраційні справи;
- 7) здійснює інші повноваження, передбачені цим Законом.

Державний реєстратор під час проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця у зв'язку з її смертю або оголошенням її померлою, а також під час державної реєстрації змін, пов'язаних із зміною складу засновників (учасників) юридичної особи у зв'язку із смертю або оголошенням померлим відповідного засновника (учасника), обов'язково використовує відомості Державного реєстру актів цивільного стану громадян шляхом безпосереднього доступу до нього.

Державний реєстратор не має права проводити реєстраційні дії щодо суб'єкта державної реєстрації, з яким державний реєстратор перебуває у трудових відносинах або засновником (учасником) якого він є. У такому разі державна реєстрація проводиться іншим державним реєстратором.

Державний реєстратор не має права проводити реєстраційні дії щодо себе, свого чоловіка чи своєї дружини, його (її) та своїх родичів (батьків, дітей, онуків, діда, баби, братів, сестер), а також юридичних осіб, засновником (учасником)

яких він є. У такому разі державна реєстрація проводиться іншим державним реєстратором відповідного суб'єкта державної реєстрації.

В Україні діє Єдиний державний реєстр створюється з метою забезпечення державних органів та органів місцевого самоврядування, а також учасників цивільного обороту достовірною інформацією про юридичних осіб, громадські формування, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб - підприємців з Єдиного державного реєстру.

Єдиний державний реєстр ведеться державною мовою з використанням програмного забезпечення, розробленого відповідно до державних стандартів, що забезпечує його сумісність і взаємодію з іншими інформаційними системами та мережами, що становлять інформаційний ресурс держави.

Програмне забезпечення Єдиного державного реєстру повинно забезпечувати:

- 1) автоматизацію процесу державної реєстрації та інших реєстраційних дій та відтворення його процедур;
- 2) заповнення та друк форми заяви про державну реєстрацію;
- 3) ідентифікацію заявників, які подають документи для державної реєстрації в електронній формі, з використанням електронного цифрового підпису та альтернативних електронному цифровому підпису засобів ідентифікації таких заявників;
- 4) державну реєстрацію за принципом екстериторіальності;
- 5) контроль за повнотою внесення записів до Єдиного державного реєстру та проведенням реєстраційних дій;
- 6) пошук взаємозв'язків між юридичними особами та їхніми засновниками (учасниками), кінцевими бенефіціарними власниками (контролерами), у тому числі кінцевими бенефіціарними власниками (контролерами) засновника, керівниками юридичних осіб, візуалізацію всіх прямих та непрямих зв'язків;
- 7) ведення реєстраційних справ в електронній формі та створення їх електронного архіву;
- 8) передачу державним органам відомостей з Єдиного державного реєстру у випадках, передбачених цим Законом;
- 9) інформаційну взаємодію між Єдиним державним реєстром та інформаційними системами державних органів;
- 10) зберігання відомостей про юридичних осіб, інші організації та фізичних осіб - підприємців протягом 75 років з дати внесення запису про державну реєстрацію припинення юридичної особи, іншої організації або припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця;
- 11) захист даних згідно із законом;

12) виконання в повному обсязі функцій адміністратора бази даних Єдиного державного реєстру (накопичення, аналіз даних, актуалізація та обробка даних, права доступу тощо);

13) проведення інших операцій, визначених цим Законом.

Для проведення державної реєстрації підприємства необхідно мати певний перелік документів. Документи для державної реєстрації можуть подаватися у паперовій або електронній формі. У паперовій формі документи подаються особисто заявником або поштовим відправленням. Якщо документи подаються особисто, заявник пред'являє свій паспорт громадянина України або тимчасове посвідчення громадянина України, або паспортний документ іноземця, або посвідчення особи без громадянства, або посвідку на постійне або тимчасове проживання. У разі подання документів представником додатково подається примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) документа, що засвідчує його повноваження.

Документи в електронній формі подаються заявником через портал електронних сервісів у порядку, визначеному Міністерством юстиції України в Порядку державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи.

Документи в паперовій формі приймаються за описом, примірник якого в день їх надходження видається заявнику з відміткою про дату їх отримання та кодом доступу в той спосіб, відповідно до якого були подані документи.

Документи, що подаються заявником для державної реєстрації юридичної особи відповідно до статті 17 вищезгаданого закону.

1. Для державної реєстрації створення юридичної особи (у тому числі в результаті виділу, злиття, перетворення, поділу), крім створення центрального органу виконавчої влади, органу місцевого самоврядування, подаються такі документи:

1) заява про державну реєстрацію створення юридичної особи. У заяві про державну реєстрацію створення юридичної особи, утвореної в результаті поділу, додатково зазначаються відомості про відокремлені підрозділи в частині їх належності до юридичної особи - правонаступника;

2) заява про обрання юридичною особою спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість, та/або заява про включення до Реєстру неприбуткових установ та організацій за формами, затвердженими відповідно до законодавства, - за бажанням заявника;

3) документ, що підтверджує створення громадського формування, відповідність статуту юридичної особи, на підставі якого діє громадське

формування, - у разі державної реєстрації громадського формування, що є самостійним структурним підрозділом у складі іншої юридичної особи;

4) відомості про керівні органи громадського формування (ім'я, дата народження керівника, членів інших керівних органів, реєстраційний номер облікової картки платника податків (за наявності), посада, контактний номер телефону та інші засоби зв'язку), відомості про особу (осіб), яка має право представляти громадське формування для здійснення реєстраційних дій (ім'я, дата народження, контактний номер телефону та інші засоби зв'язку);

5) установчий документ юридичної особи - у разі створення юридичної особи на підставі власного установчого документа;

6) реєстр громадян, які брали участь в установчому з'їзді (конференції, зборах), - у разі державної реєстрації створення громадських об'єднань, політичної партії;

7) програма політичної партії - у разі державної реєстрації створення політичної партії;

8) список підписів громадян України за формою, встановленою Міністерством юстиції України, - у разі державної реєстрації створення політичної партії;

9) документ про сплату адміністративного збору;

10) документ, що підтверджує реєстрацію іноземної особи у країні її місцезнаходження (витяг із торговельного, банківського, судового реєстру тощо), - у разі створення юридичної особи, засновником (засновниками) якої є іноземна юридична особа;

11) примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) передавального акта - у разі створення юридичної особи в результаті перетворення, злиття або виділу;

12) примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) розподільчого балансу - у разі створення юридичної особи в результаті поділу;

13) документи для державної реєстрації змін про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі, визначені частиною четвертою цієї статті, - у разі створення юридичної особи в результаті виділу;

14) документи для державної реєстрації припинення юридичної особи в результаті злиття та поділу - у разі створення юридичної особи в результаті злиття та поділу;

15) список учасників з'їзду, конференції, установчих або загальних зборів членів профспілки.

2. Для державної реєстрації створення юридичної особи - державного органу подається заява про державну реєстрацію створення юридичної особи.

Для державної реєстрації створення, припинення юридичної особи - виконавчого органу місцевої ради (крім виконавчого комітету), а також змін до

відомостей про неї подається заява про державну реєстрацію створення, припинення юридичної особи, внесення змін до відомостей про неї, а також акт місцевої ради про створення, припинення виконавчого органу, акт сільського, селищного, міського голови про призначення керівника такого органу.

Відповідно до статті 18 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» визначено перелік документів, що подаються заявником для державної реєстрації фізичної особи – підприємця.

Для державної реєстрації фізичної особи підприємцем подаються такі документи:

- 1) заява про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем;
- 2) заява про обрання фізичною особою спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість за формою, затвердженою центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної податкової і митної політики, - за бажанням заявника;
- 3) нотаріально засвідчена письмова згода батьків (усиновлювачів) або піклувальника чи органу опіки та піклування - для фізичної особи, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю, але не має повної цивільної дієздатності.

Для державної реєстрації змін до відомостей про фізичну особу - підприємця, що містяться в Єдиному державному реєстрі, подаються такі документи:

- 1) заява про державну реєстрацію змін до відомостей про фізичну особу - підприємця, що містяться в Єдиному державному реєстрі;
- 2) документ про сплату адміністративного збору - у випадках, передбачених цим Законом;
- 3) копія довідки про зміну реєстраційного номера облікової картки - у разі внесення змін, пов'язаних із зміною реєстраційного номера облікової картки платника податків;
- 4) копія першої сторінки паспорта та сторінки з відміткою про наявність права здійснювати будь-які платежі за серією та номером паспорта - у разі внесення змін, пов'язаних із зміною серії та номера паспорта, - для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків, повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта.

Для державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця подається один з таких документів:

1) заява про державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця за її рішенням - у разі державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця за її рішенням;

2) ксерокопія свідоцтва про смерть фізичної особи, судове рішення про визнання фізичної особи безвісно відсутньою - у разі державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця у зв'язку з її смертю, визнанням її безвісно відсутньою або оголошенням померлою.

Відповідно до статті 18 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» визначено строки розгляду документів для державної реєстрації підприємств.

Розгляд документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, здійснюється у такі строки – щодо юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців - протягом 24 годин після надходження документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, крім вихідних та святкових днів;

Реєстраційна справа формується в паперовій та електронній формі після внесення до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію створення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, державну реєстрацію фізичної особи - підприємця і державну реєстрацію включення відомостей про юридичну особу та фізичну особу - підприємця.

Реєстраційна справа має реєстраційний номер, що присвоюється при внесенні до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію створення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, державну реєстрацію фізичної особи - підприємця і державну реєстрацію включення відомостей про юридичну особу та фізичну особу - підприємця.

Реєстраційна справа в паперовій формі зберігається у суб'єкта державної реєстрації за місцезнаходженням юридичної особи, громадського формування, фізичної особи - підприємця: щодо юридичної особи (крім громадського формування) та фізичної особи - підприємця - у виконавчих органах міської ради, міст обласного та/або республіканського Автономної Республіки Крим значення, Київській, Севастопольській міських, районних, районних у містах Києві та Севастополі державних адміністраціях;

Суб'єкт державної реєстрації, який провів реєстраційну дію, протягом трьох робочих днів з дня її проведення надсилає документи, подані для проведення реєстрації, відповідному суб'єкту державної реєстрації, уповноваженому зберігати реєстраційні справи.

Реєстраційна справа в паперовій формі зберігається протягом п'яти років з дати внесення до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію припинення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, або державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця. Після закінчення цього строку реєстраційні справи в паперовій формі, не внесені за результатами експертизи їх цінності до Національного архівного фонду, знищуються в установленому законодавством порядку.

Реєстраційна справа в електронній формі зберігається протягом 75 років з дати внесення до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію припинення юридичної особи, громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, або державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця.

За державну реєстрацію справляється адміністративний збір у такому розмірі:

0,3 мінімальної заробітної плати - за державну реєстрацію змін до відомостей про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі, крім внесення змін до інформації про здійснення зв'язку з юридичною особою;

0,1 мінімальної заробітної плати - за державну реєстрацію змін відомостей про прізвище, ім'я, по батькові або місцезнаходження фізичної особи - підприємця;

75 відсотків адміністративного збору, встановленого цією частиною, - за державну реєстрацію на підставі документів, поданих в електронній формі.

За виправлення технічної помилки, допущеної з вини заявника, справляється адміністративний збір у розмірі 30 відсотків адміністративного збору, встановленого частиною першою цієї статті.

У разі відмови в державній реєстрації адміністративний збір не повертається.

#### **4. Ліцензування підприємницької діяльності**

Складним і не однозначним проявом державного втручання в підприємницьку діяльність є її ліцензування. Воно, з офіційної точки зору, має на меті захистити інтереси держави та права споживачів. Проте досить часто ліцензування стає серйозною перепорою в розвитку підприємницьких структур. У період розвитку політики дерегуляції кількість ліцензованих видів підприємництва значно скоротилася, однак практично відразу було запроваджено патентування і сертифікацію окремих видів діяльності.

Окремі види підприємництва, які безпосередньо впливають на здоров'я людей, навколишнє природне середовище та безпеку держави і суспільства,



потребують спеціального дозволу — ліцензії. До ліцензованих належать близько 50 видів діяльності, зокрема:

- ▶ пошук та експлуатація корисних копалин;
- ▶ ремонт зброї всіх видів;
- ▶ виготовлення і реалізація медикаментів і хімічних речовин;
- ▶ виготовлення пива, вина, алкогольних напоїв і тютюнових виробів, торгівля ними;
- ▶ медична та ветеринарна практика;
- ▶ юридичні послуги;
- ▶ створення та утримання гральних закладів, організація азартних ігор;
- ▶ міжнародні транспортні послуги;
- ▶ агентування морського торговельного флоту;
- ▶ охоронна діяльність;
- ▶ діяльність, пов'язана з використанням радіоактивних речовин, ядерних матеріалів і джерел іонізуючого випромінювання;
- ▶ видобування дорогоцінних металів і каменів, виготовлення та реалізація виробів із них;
- ▶ будівельні, будівельно-монтажні та будівельно-ремонтні роботи;
- ▶ інші види за затвердженням переліком.

Перелік ліцензованих видів діяльності донедавна містив понад 120 видів, останнім часом він дещо скоротився (до 80 видів). За висновками міжнародних експертів цей перелік залишається надмірним.

Для здійснення ліцензованого виду підприємницької діяльності потрібно отримати відповідну ліцензію та дотримуватись певних умов і правил здійснення саме цього виду діяльності (ліцензійних умов).

Ліцензія— це дозвільний документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, згідно з яким його власник має право на здійснення певного виду підприємницької діяльності, що потребує такого дозволу.

По визначенню ліцензія - це документ, видаваний Кабінетом Міністрів України або уповноваженим їм органом, відповідно до якого власник ліцензії має право займатися певним видом підприємницької діяльності. При цьому існує цілий ряд видів діяльності, якими можуть займатися винятково державні підприємства.

Суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють ліцензійні види діяльності без ліцензії, виданої у встановленому порядку, несуть відповідальність згідно із законодавством. Перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, є вичерпним і не може бути розширений. Контроль за видачею ліцензій здійснює Ліцензійна палата, за переліком ліцензованих видів

діяльності — Державний комітет з регулятивної політики і підприємництва (Держком-підприємництва).

Для отримання ліцензії на кожен вид ліцензованої діяльності суб'єкт підприємництва подає органу, який уповноважений видавати ліцензію, заяву встановленого зразка, в якій зазначаються:

- ▶ відомості про заявника (фізичні особи — прізвище, ім'я, по-батькові, паспортні дані, місце проживання, ідентифікаційний номер; юридичні особи — назва, місце розташування, організаційно-правова форма, банківські реквізити, ідентифікаційний код);

- ▶ вид діяльності, на який передбачається отримати ліцензію;

- ▶ рівень виконання ліцензійних умов;

- ▶ заявлений термін дії ліцензії.

До заяви додають такі документи:

а) фізичні особи.

- ▶ копію документів, що засвідчують рівень освіти та кваліфікації, необхідних для здійснення певного виду діяльності;

- ▶ документ про внесення плати за ліцензію (подається після отримання принципової згоди на видачу ліцензії);

- ▶ копію свідоцтва про державну реєстрацію;

б) юридичні особи.

- ▶ копію свідоцтва про державну реєстрацію;

- ▶ документ про внесення плати за ліцензію (подається після отримання принципової згоди на видачу ліцензії);

- ▶ копії установчих документів (у статуті зазначаються види діяльності, що ліцензуються).

Подана заява щодо більшості видів ліцензованої діяльності після заповнення дозвільної частини ліцензійним органом та візування дозволу повертається заявнику і набуває статусу ліцензії. Заявник несе повну відповідальність за достовірність відомостей, поданих у заяві, та достовірність поданих документів.

Ліцензія видається конкретному суб'єкту підприємницької діяльності і не може бути передана іншому суб'єкту. У разі втрати ліцензії дублікат не видається. При перереєстрації або реорганізації підприємства дія ліцензії не поширюється на нове підприємство.

Рішення про видачу або відмову у видачі ліцензії (із зазначенням причин відмови) видається в письмовій формі упродовж не більш як 30 днів з дня одержання заяви та необхідних документів. Відмову можна оскаржити у суді.

У видачі ліцензії може бути відмовлено у разі:

- ▶ виявлення недостовірних даних у документах;

► неможливості заявника здійснювати певний вид діяльності відповідно до діючих ліцензійних вимог.

Термін дії ліцензії встановлюється органом, що видає ліцензію, але не може бути меншим ніж три роки. Дія ліцензії може бути продовжена на новий термін за заявою суб'єкта підприємництва.

Орган, що видав ліцензію, має право призупинити її дію або анулювати. Призупиняється дія ліцензії у разі:

- порушення ліцензійних умов;
- невиконання у встановлений термін обов'язкових розпоряджень ліцензійного або іншого органу, уповноваженого Кабінетом Міністрів, щодо додержання ліцензійних умов.

Після усунення порушень, що призвели до призупинення дії ліцензії, її дія поновлюється відповідним органом.

Ліцензія може бути анульована, якщо:

- виявлено завідомо недостовірні дані у заяві на отримання ліцензії або доданих документах;
- ліцензію передано іншому суб'єкту підприємництва;
- скасовано державну реєстрацію суб'єкта підприємництва;
- повторно грубо порушено ліцензійні умови.

Ліцензія вважається анульованою з дати прийняття відповідного рішення або скасування державної реєстрації суб'єкта підприємництва.

Рішення про призупинення або анулювання дії ліцензії може бути оскаржене в судовому порядку.

Якщо змінилися місцезнаходження суб'єкта підприємництва, назва або інші дані, наведені у заяві про надання ліцензії, то ліцензія підлягає переоформленню. Для цього слід подати заяву та документи, що підтверджують зміни.

У разі здійснення роздрібної та оптової торговельної діяльності, надання побутових та інших платних послуг населенню суб'єкт підприємництва має отримати торговий патент.

#### **4. Управління новим підприємством. Стадії розвитку фірми**

Успішний розвиток нового підприємства залежить від ряду внутрішніх факторів, таких як: обсяг реалізації продукції, контроль за якістю продукції та своєчасністю її поставок, розмір капіталу, фінансова стійкість підприємства, компетентність управлінських кадрів і кваліфікація виробничого персоналу, гнучка інноваційна політика, ефективна організаційна структура управління підприємством.

Підприємницьке керування на новому підприємстві потребує:

- концентрації уваги на ринку;
- фінансового передбачення, особливо в плануванні і регулюванні готівки;
- створення вищої управлінської ланки задовго до того, як нове підприємство відчує в цьому реальну потребу, і задовго до появи в нього реальної можливості дозволити собі мати цей підрозділ;
- уміння визначати ділянки найбільше ефективного застосування своїх сил і здібностей.

### **Етапи розвитку підприємства**

Більшість фірм проходить у своєму розвитку кілька етапів. Це етапи входження в ринок, зростання, зрілості, спаду.

При вході до ринку підприємство має невеликий прибуток, а іноді зазнає збитків, тому що обсяги продажів невеликі, а витрати на організацію виробництва і збуту істотні. Цей етап безумовно дуже важливий з точки зору подальшого розвитку.

Етап зростання відрізняється від попереднього в першу чергу високими темпами економічного зростання, наприклад, збільшенням обсягу продажів. Підприємство отримує можливості пошуку нових напрямків діяльності, нових ринків або їх сегментів, освоєння випуску нової продукції і т.п. Економічне зростання підприємства є основною метою стратегічного менеджменту, а також показником ефективності останнього. У цей період окремі компанії проводять агресивну дивідендну політику і затверджуються у власній економічній стратегії.

Найбільш тривалим є етап зрілості. На даному етапі у підприємства можуть сповільнюватися темпи економічного зростання.

Підприємство може неодноразово коректувати, а то й переглядати свою економічну стратегію та її складові. У кращих підприємств йде суцільний процес вдосконалення виробленого продукту і пристосування своїх можливостей до мінливих умов ринку.

На етапі спаду економічне зростання завжди призупиняється. Можуть спостерігатися тривалі періоди зменшення обсягу продажів, прибутку, конкурентоспроможності, ослаблення фінансової стійкості, погіршення інших економічних характеристик. На цьому етапі багато підприємств йдуть з ринку. Етап спаду пов'язаний як з об'єктивними зовнішніми факторами, так і з прорахунками підприємства в Києві, застарілої економічної стратегії, слабкою роботою менеджерів і ін.. На кожному етапі розвитку підприємство повинне сформулювати адекватні йому стратегію і тактику.

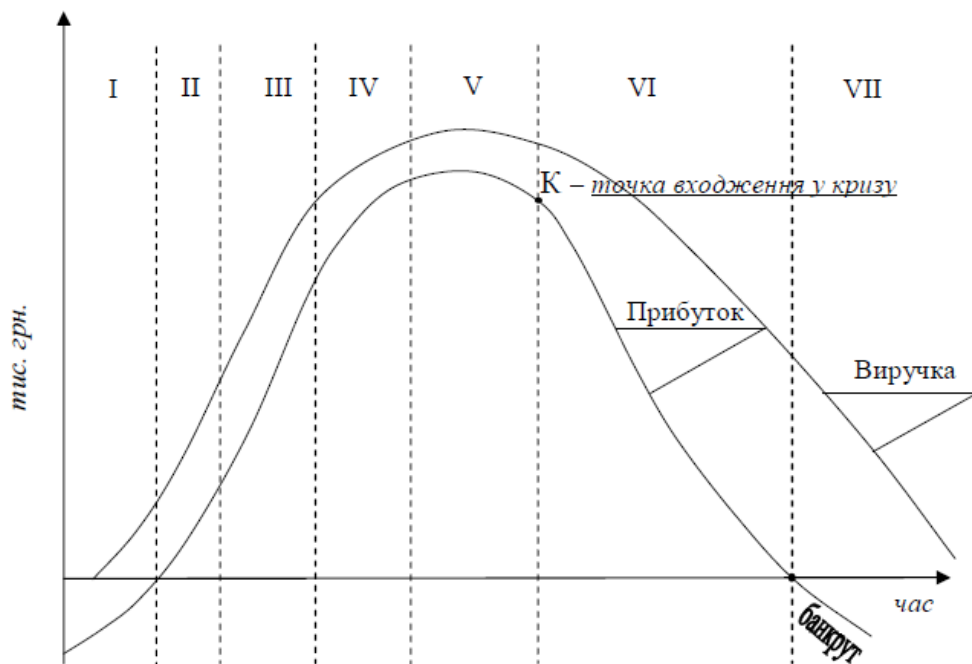


Рис.1. Життєвий цикл промислового підприємства

На початковій стадії своєї діяльності підприємець стикається з багатьма проблемами. Перша з них - знайти себе в господарському просторі, знайти свою "господарську нішу". Підприємцеві належить вивчити стан ринку, пропозиції та попит на ті чи інші товари в зацікавленій його галузі, регіоні. Слід передбачити можливі перешкоди та обмеження, вивчити можливість одержання пільг - позичкових, податкових і ін.. Таким чином визначаються загальні умови інвестування коштів.

Усі ці дані відкриті, доступні, містяться в публікаціях, у статистичній інформації, законодавчих актах. Доповнити цю інформацію можуть обізнані приватні особи. Цій нерідко дуже цінною інформацією не слід нехтувати.

Визначивши таким чином свою "господарську нішу", підприємець може встановлювати спеціалізацію свого підприємства.

Для цього потрібно оцінити можливості майбутніх споживачів, дізнатися всі можливі відомості про конкурентів, вирішити питання про техніки і технології, з допомогою яких буде вироблятися продукція.

Важливе значення має вибір форми підприємництва, у першу чергу вибір між підприємництвом індивідуальним і колективним. Обравши індивідуальну форму, підприємець діє на свій страх і ризик. У випадку невдачі власник несе повну відповідальність за зобов'язаннями підприємства і розплачується своїми засобами, своїм майном.

Зробивши вибір на користь колективної форми, підприємець поділяє відповідальність з партнерами по підприємству. Така форма дозволяє зменшити ризик, залучити додаткові ресурси.

Наступний крок - формування виробничої бази. Підприємцю доведеться придбати або взяти в оренду виробничі і складські приміщення, обладнання, верстати, інструмент, придбати сировину і матеріали, напівфабрикати, комплектуючі вироби, залучити робочу силу. Підприємство вступає у відносини з виробниками обладнання, постачальниками сировини і матеріалів, з посередницькими фірмами. Потреба в працівниках можна забезпечити шляхом особистого підбору, на біржі праці, через оголошення в пресі і іншими шляхами.

Важливий етап - залучення фінансових засобів. Власних засобів у підприємця для початку і розвитку справи, як правило, недостатньо. Дефіцит коштів можна перебороти шляхом випуску акцій, тобто частковою передачею прав на участь у капіталі і прибутку підприємства; випуску власних боргових зобов'язань і, нарешті, одержанням позик у комерційних банках. Тут підприємство вступає у взаємини з юридичними і фізичними особами, які придбавають його акції або боргові зобов'язання, а також з комерційними банками. Кредити банку поділяються на короткострокові, середньострокові і довгострокові. Специфіка перехідного періоду до ринку в нашій країні привела до того, що найбільший інтерес для обох сторін - і підприємства, і банку - становлять короткострокові позички, які видаються банками, як правило, на 30, 60 і 90 днів, тобто до трьох місяців.

Надання банками кредитів підприємствам нерідко супроводжується різними видами страхових операцій. Страхування можуть підлягати будівлі, запаси матеріальних цінностей та ін.. У цьому випадку підприємства вступають у ділові взаємини зі страховими компаніями.

Випускаючи акції, облігації, інші цінні папери або здобуваючи їх, підприємства звертаються до фондового ринку - ринку цінних паперів. Перелік організацій, з якими підприємства вступають тут у взаємини, досить великий. Насамперед це різні фондові біржі, кредитно-фінансові інститути, інвестиційні фонди, індивідуальні інвестори та ін.

Створення життєздатного організму управління підприємством. Основною проблемою є створення нового підприємства життєздатного налагодженого організму, в рамках якого працівники чітко усвідомлюють мету своєї діяльності і способи її досягнення. Якщо новостворене підприємство не перетворюється в налагоджене і кероване виробництво, воно приречене на провал, незважаючи ні на яку блискучу підприємницьку ідею, залучений великий капітал, належну якість продукції і навіть існування високого попиту на неї.

Сучасне управління — це особлива сфера економічних відносин, що має свою логіку розвитку.

Відомий англійський економіст Альфред Маршал (1842— 1924) виділив управління в окремий фактор виробництва поряд із трьома традиційними — капіталом, працею, землею.

Суть управлінської діяльності полягає у впливі на процес через прийняття рішень. Необхідність управління пов'язана з процесами поділу праці на підприємстві і відокремленням управлінської праці від виконавчої.

Зростання значення фактору управління в епоху науково-технічної революції послужило основою для появи концепції “менеджеріальної революції”, згідно з якою влада переходить від власників до управлінців.

Основоположником управління вважається американський інженер і дослідник Ф. Тейлор (1856—1915). Запропонована ним раціоналізація праці і відносин на виробництві дозволила корінним чином змінити організацію і управління, а значить і ефективність виробництва. Ф. Тейлор розглядав управління як „мистецтво знати точно, що слід зробити і як це зробити найкращим і найдешевшим способом”.

На сьогоднішній день у світовій практиці використовують три інструменти управління:

- ✓ ієрархію;
- ✓ культуру;
- ✓ ринок;

Кожен з них є домінуючим в тій чи іншій економічній системі, наприклад, ієрархія в адміністративно-командній економіці.

Наука управління за останні два — три десятиріччя пережила більш глибокі зміни, ніж за весь попередній період свого розвитку. Вдосконаленню управлінської практики посприяв прогрес в оргтехніці і те, що відбувається сьогодні в теорії і практиці управління, називається “тихою управлінською революцією”. Її початок співпав із вступом західного суспільства в інформаційну стадію. На зміну старій раціоналістичній концепції управління приходить нова неформальна, яку прийнято називати маркетинговою, інформаційною.

Суть раціоналістичної концепції полягає, в переконанні, що успіх фірми залежить від раціональної організації виробництва, зниження затрат за рахунок використання внутрівиробничих резервів, ефективності використання виробничих ресурсів, тобто від внутрішніх факторів. Фірма розглядається як замкнута система, мета і завдання якої є заданими і стабільними протягом тривалого періоду часу. Основа стратегії такої фірми — поглиблення спеціалізації виробництва, організаційна структура будується за функціональним принципом, вирішальне значення має контроль.

Неформальна концепція має за основу ситуаційний підхід до управління. Фірма розглядається як живий організм, як відкрита система і головна

передумова її успіху лежить поза нею. Успіх пов'язується з тим, наскільки успішно фірма вписується в зовнішнє середовище (економічне, соціально-політичне, науково-технічне) і пристосовується до нього. Ситуаційний підхід до управління означає, що вся внутрішня будова системи управління є відповіддю на різні впливи зовнішнього середовища. Організаційні механізми пристосовуються до нових проблем і виробітки нових рішень.

Реалізацією цього нового підходу стало стратегічне управління, яке передбачає врахування майбутніх станів середовища у розробці стратегії розвитку фірми.

Принципи управління, актуальні і сьогодні, розробив сучасник Ф. Тейлора француз А. Файоль. Всі здійснювані на підприємстві операції він поділив на шість груп:

- технічні;
- обчислювальні;
- комерційні;
- охорона майна і осіб;
- фінансові;
- адміністративні.

Власне до управління він відніс останню групу і вважав, що процес управління полягає в тому, щоб передбачати, організовувати, узгоджувати, розпоряджатися, контролювати.

В управлінні сучасною економікою зазвичай керуються такими принципами:

- чіткого розподілу праці;
- додержання дисципліни і порядку;
- повноваження і відповідальність;
- використання мотивації високопродуктивної праці;
- забезпечення рівної справедливості для всіх;
- впевненості в постійності і стабільності роботи;
- дотримання взаємовідносин із співробітниками згідно ієрархічного ланцюга;
- заохочення ініціативи.

Основою використуваних методів управління є закони, закономірності і принципи суспільного виробництва, науково-технічний рівень розвитку фірми, підприємства, соціальні, правові і психологічні відносини між людьми.

Методи управління поділяються на:

- економічні;
- адміністративно-правові;
- соціально-психологічні.



Економічні методи управління — це прийоми і способи управління, які мають в своїй основі використання економічних законів, економічних інтересів і показників. Ці методи включають:

- ❖ матеріальну відповідальність;
- ❖ стимулювання;
- ❖ ціноутворення;
- ❖ податки;
- ❖ державне регулювання.

Адміністративно-правові методи управління передбачають юридичний (правовий) і адміністративний вплив на відносини людей в процесі виробництва, оскільки ці відносини регулюються певними правовими нормами:

- ✓ законодавчими актами;
- ✓ положеннями;
- ✓ інструкціями;
- ✓ наказами і розпорядженнями.

Адміністративно-правові методи передбачають і застосування відповідних матеріальних, адміністративних і карно-правових санкцій.

Соціально-психологічні методи управління реалізують мотиви соціальної поведінки людини, оскільки традиційні форми матеріального заохочення поступово втрачають свій стимулюючий вплив. Ці методи передбачають вивчення соціальних запитів та інтересів членів колективу, середовища виробництва, громадської думки.

Всі ці методи повинні поєднуватись і створювати необхідний арсенал засобів для найефективнішого управління фірмою.

Кожна фірма є унікальною, тому не існує єдиної моделі управління. Нижче наводяться фактори, що визначають вибір цієї моделі.

Фактори, що визначають її вибір:

- розмір фірми;
- характер продукції, що випускається;
- характер середовища.

## **Додатково до 2 питання:**

### **10 найпопулярніших методик для генерування ідей**

Як відомо, основним способом вирішення творчих питань є пошук нових ідей. На це деколи витрачається неймовірна кількість ресурсів, однак знайти вірне рішення вдається далеко не завжди. Журнал “Секрет фірми” зробив дуже корисну підбірку технік від відомих авторів, які можуть допомогти вам краще орієнтуватися в потоці думок і доводити до логічного пояснення заповітну ідею.

## 1. Брейнштормінг

*Автор — Алекс Осборн (Alex Osborn)*

Основний принцип полягає в тому, щоб розвести в часі генерування ідеї та її критику. Кожен учасник висуває ідеї, інші намагаються їх розвивати, а аналіз отриманих рішень проводиться пізніше. Іноді використовують «німий» варіант мозкового штурму — **брейнрайтінг** (brainwriting), коли ідеї записуються на паперці, який учасники передають одне одному, вносячи нові міркування, що виникли. Ще одна модифікація брейнштормінгу — **метод номінальних груп**, суть якого полягає у розділенні висунутих ідей від їх авторів, що створює сприятливі умови для висунення будь-яких ідей будь-яким учасником наради.

## 2. Шість капелюхів

*Автор — Едвард де Боно (Edward de Bono)*

Методика дозволяє впорядкувати творчий процес за допомогою уявного надягання однієї з шести кольорових капелюхів. Так, у білому людина неупереджено аналізує цифри і факти, потім надягає чорний і у всьому шукає негатив. Після цього настає черга жовтого капелюха — пошуку позитивних сторін проблеми. Надівши зеленого капелюха, людина генерує нові ідеї, а в червоному може дозволити собі емоційні реакції. Нарешті, у синьому підводяться підсумки.

Едвард де Боно також автор концепції **латерального мислення**, «**моделі віяла**» та **методу провокацій**.

## 3. Ментальні карти

*Автор — Тоні Б'юзен (Tony Buzan)*

На його думку, креативність пов'язана з пам'яттю, а значить, зміцнення пам'яті покращить і якість креативних процесів. Однак традиційна система запису із заголовками та абзацами перешкоджає запам'ятовуванню. Б'юзен запропонував помістити в центр листа ключове поняття, а всі асоціації, гідні запам'ятовування, записувати на гілках, що йдуть від центру. Не забороняється підкріплювати думки графічно. Процес малювання карти сприяє появі нових асоціацій, а образ отриманого «дерева» надовго залишиться в пам'яті.

## 4. Синектика

*Автор — Вільям Гордон (William Gordon)*

Гордон вважає, що основне джерело креативності полягає у пошуку аналогій. Спочатку потрібно вибрати об'єкт і намалювати таблицю для його аналогій. У першому стовпчику записують всі прямі аналогії, у другому — непрямі (наприклад, заперечення ознак першого стовпчика). Потім потрібно співставити ціль, об'єкт і непрямі аналогії. Скажімо, об'єкт — олівець, завдання — розширення асортименту. Пряма аналогія — об'ємний олівець, її заперечення — плоский олівець. Результатом буде олівець-закладка.

## **5. Метод фокальних об'єктів**

*Автор — Чарльз Вайтінг (Charles Whiting)*

Ідея полягає в тому, щоб об'єднати ознаки різних об'єктів в одному предметі. Наприклад, взяли звичайну свічку і поняття «Новий рік». Новий рік асоціюється з іскристим бенгальським вогнем; цю ознаку можна перенести на свічку. Якщо бенгальську свічку стерти в порошок і додати його в віск, вийде «новорічна» свічка з іскристою крихтою всередині.

## **6. Морфологічний аналіз**

*Автор — Фріц Цвіккі (Fritz Zwicky)*

Об'єкт потрібно розкласти на компоненти, вибрати з них кілька істотних характеристик, змінити їх і спробувати з'єднати знову. На виході вийде новий об'єкт. Наприклад, потрібно придумати візитівку для парфумерної компанії. Якщо змінити класичну прямокутну форму і вплив на органи чуття, може вийти трикутна візитка з запахом парфумів.

## **7. Непрямі стратегії**

*Автори — Брайан Ено (Brian Eno) і Пітер Шмідт (Peter Schmidt)*

Береться колода карт, на яких записаний набір команд (наприклад, «дай волю злості», «вкради рішення» тощо). Під час створення нової ідеї потрібно витягувати карту і намагатися слідувати її вказівкам.

## **8. Автобус, ліжка, ванна**

Метод заснований на переконанні, що нова ідея не лише зріє в глибинах підсвідомості, але й активно рветься назовні. І щоб вона проявилася, потрібно лише не заважати їй. Нова ідея може прийти в голову де завгодно, навіть у малопридатних для цього місцях. Класичний приклад — Архімед з його ванною.

## **9. Розшифровка**

Береться незрозумілий напис чужою мовою — скажімо, ієрогліфи. У голові людини, яка її розглядає, будуть народжуватися різні асоціації. Один викладач, наприклад, «побачивши» воду і три кола, вирішив відкрити свою справу і зайнявся доставкою устриць.

## **10. Пастка для ідей**

Цей прийом полягає в інвентаризації всіх виникаючих ідей: їх можна наговорювати на диктофон, фіксувати в зошити тощо. А потім, коли виникне необхідність, звертатися до своїх записів.

Насправді методів генерування та оцінювання творчих ідей дуже багато. Варто згадати ще метод 3-х стільців Уолта Діснея та метод «Work-Out» від General Electric, про які ми писали у блозі.

## Тестові завдання

1. Ознаки, за якими підприємства відносять до групи малих підприємств:
  - а) розмір статутного фонду;
  - б) розмір отримуваного прибутку;
  - в) чисельність працюючих;
  - г) розмір валового доходу за рік.
2. Схема об'єднання підприємств, що працюють у системі взаємовигідних партнерських відносин, при яких відбувається передача на платній основі торгової марки, технології або лінії виробництва, називається:
  - а) лізингом;
  - б) факторингом;
  - в) франчайзингом;
  - г) опціоном.
3. До прямого державного регулювання діяльності підприємств належить:
  - а) ліцензування діяльності, кредитна політика;
  - б) податкова та амортизаційна політика, створення робочих місць;
  - в) податкова та амортизаційна політика, створення робочих місць;
  - г) антимонопольне регулювання, контроль якості продукції, контроль за розміщенням та будівництвом підприємств.
4. Тимчасове статутне об'єднання промислового та банківського капіталу для реалізації спільної мети називаються:
  - а) консорціумом;
  - б) картелем;
  - в) концерном;
  - г) корпорацією.
5. За правовим статусом і формою господарювання підприємства класифікуються на:
  - а) комерційні, некомерційні;
  - б) одноосібні, кооперативні, орендні, господарські товариства;
  - в) приватні, колективні, комунальні, державні;
  - г) лізингові, промислові, банківські, торговельні, страхові.
6. Повне товариство - це:
  - а) об'єднання підприємців яке має статутний фонд, поділений на частини, розмір котрих визначається засновницькими документами, учасники якого несуть відповідальність у межах їхнього внеску;
  - б) добровільне об'єднання громадян з метою спільного ведення господарської або іншої діяльності;

в) добровільне об'єднання громадян, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язання підприємства всім своїм майном;

г) товариство громадян з тимчасовим володінням й користуванням майном для здійснення підприємницької діяльності.

7. Учасники товариства з обмеженою відповідальністю відповідають за борги товариства:

а) в межах належних їм акцій;  
б) у межах належних їм внесків;  
в) у межах належних їм внесків і майном у розмірі, кратному внеску;

г) усім належним їм майном;

8. Учасники товариства з додатковою відповідальністю відповідають за борги товариства:

а) в межах належних їм акцій;  
б) у межах належних їм внесків;  
в) у межах належних їм внесків і майном у розмірі, кратному внеску;

г) усім належним їм майном;

9. Учасники повного товариства відповідають за борги товариства:

а) в межах належних їм акцій;  
б) у межах належних їм внесків;  
в) у межах належних їм внесків і майном у розмірі, кратному внеску;  
г) усім належним їм майном;

10. Учасники командитного товариства відповідають за борги товариства:

а) в межах належних їм акцій;  
б) у межах належних їм внесків;  
в) частина учасників – усім майном, інші – в межах належних їм внесків;

г) усім належним їм майном;

## Тема 4. Організаційно-правові форми малого і середнього бізнесу

### План

1. Характеристика малого та середнього бізнесу.
2. Сектор малого бізнесу в економіці України.
3. Оподаткування малого підприємництва в Україні.
4. Показники розвитку малого та середнього бізнесу.

### 1. Характеристика малого та середнього бізнесу

Відносини підприємництва найбільшою мірою реалізуються саме в малому бізнесі, в якому знаходять безпосереднє поєднання незалежність власника та персоніфікованість господарського управління.

| Країна                 | Критерії            |   |
|------------------------|---------------------|---|
|                        | Кількість працюючих | Щорічний оборот (виручка)                                       |
| США                    | до 500 осіб         | до 5 млн доларів  |
| Країни ЄС              |                     |   |
| – малі                 | 10-49 осіб          | до 10 млн євро  |
| – мікропідприємства    | до 10 осіб          | до 2 млн євро   |
| Швейцарія              | до 200 осіб         | до 20 млн євро  |
| Німеччина              | до 9 осіб           | до 700 тис. євро  |
| Канада                 |                     |   |
| невиробничий сектор    | до 49 осіб          | до 5 млн дол.   |
| виробничий сектор      | до 99 осіб          | до 10 млн. дол.   |
| Японія                 |                     |   |
| – малі підприємства:   |                     |   |
| виробничий сектор      | до 20 осіб          | –   |
| торгівля, сфера послуг | до 5 осіб           | –   |
| – мікропідприємства    |                     |   |
| виробничий сектор      | до 5 осіб           | –   |
| торгівля, сфера послуг | до 2 осіб           | –   |
| Індія                  | –                   | сума основного капіталу не більше 3,5 млн рупій (≈70 тис. дол.) |
| Україна                | до 50 осіб          | до 70 млн грн. (≈8,7 млн. дол.)                                 |

Виходячи з наведених вище особливостей трансформаційних економік, слід відзначити, що МСБ в таких економіках виконує низку специфічних соціально-економічних функцій:

1. Сприяння процесам демонополізації, приватизації та роздержавлення економіки, стимулювання розвитку економічної конкуренції, формування численних суб'єктів ринкового господарства, орієнтованих на попит, конкуренцію тощо.

2. Залучення до економічного обороту матеріальних, природних, фінансових, людських та інформаційних ресурсів, які “випадають” з поля зору великих компаній.

3. Поліпшення становища на ринках шляхом забезпечення еластичності їхньої структури, врегулювання попиту, пропозиції і цін, принаймні часткової компенсації втрат пропозиції на період реструктуризації великих компаній, індивідуалізації пропозиції та диференціації попиту, насичення ринків, задоволення специфічних місцевих потреб.

4. Вивільнення великих підприємств від виробництва нерентабельної для них дрібносерійної та штучної продукції, яка задовольняє індивідуальний попит, підвищення тим самим ефективності їхньої діяльності. Великим компаніям укладення коопераційних угод з малими підприємствами дозволяє підвищити гнучкість виробництва, зменшити комерційний ризик.

5. Забезпечення додаткових робочих місць, подолання прихованого безробіття, надання роботи працівникам, вивільненим в ході реструктуризації великих підприємств.

6. Стимулювання підвищення ділової активності населення та розвитку середнього класу, який становить соціальну базу економічних реформ, забезпечує стабільність суспільства.

7. Протидія люмпенізації та поширенню утримувальницької психології, всебічне сприяння розвитку людського капіталу.

8. Пом'якшення соціальної напруженості завдяки ослабленню майнової диференціації та підвищенню рівня доходів населення.

9. Збільшення гнучкості національної економіки та ринкової пропозиції у відповідності до сучасних умов відкритої економіки.

10. Сприяння процесу демократизації суспільства, раціоналізації системи економічної організації та управління.

Попри досить незначну економічну “вагу” окремих підприємств, МСБ в перехідних економіках набувають досить швидкого розвитку. Це обумовлено їхніми вагомими конкурентними перевагами в інституційній структурі економіки, якими є:

1. мобільність, здатність до швидкого реагування на зміни кон'юнктури ринку, оперативність освоєння нової продукції та зміни обсягів виробництва в межах виробничих можливостей;

2. дрібносерійне виробництво, можливість підвищення ефективності за рахунок вузької спеціалізації, технологічна гнучкість виробничих процесів;

3. низька капіталоємність, швидка окупність вкладень, невисокі експлуатаційні та накладні витрати підприємства;

4. здатність до якнайповнішої мобілізації доступних ресурсів, включаючи оперативне використання досягнень науково-технічного прогресу (в технічній, економічній, організаційній, інформаційній сферах);

5. раціональна організація підприємства, обумовлена максимальним зближенням менеджменту, маркетингу та виробничого процесу;

6. оптимальні можливості для реалізації мотивів та схильностей до підприємницької діяльності.

Водночас, зворотним боком наведених конкурентних переваг є низка системних загроз, які обумовлюють нестійкість розвитку малого підприємництва. Серед них:

1. обмеженість фінансових ресурсів, труднощі в придбанні виробничих площ та обладнання;
2. відсутність фінансових резервів та загроза швидкого банкрутства;
3. надто вузьке коло постачальників, що може в ряді випадків утворювати небажану залежність бізнесу;
4. недостатній розвиток інфраструктури збуту продукції та після збутового обслуговування;
5. локальність ресурсів та збутових ринків, відтак – межі для зростання;
6. низька конкурентоспроможність продукції, у виробництві якої важлива економія на масштабах, відтак - конкуренція з боку великих підприємств;
7. висока вразливість щодо несприятливих економічних (інфляція, циклічні коливання, податковий тиск тощо) та позаекономічних (тиск з боку органів влади, криміналітету) чинників;
8. нестабільність доходів підприємств та зайнятих на них осіб;
9. соціальна незахищеність працівників, що створює труднощі найму;
10. висока вага особистісного чинника в управлінні та виробництві, що створює сприятливі умови для “тінізації” та криміналізації підприємств;
11. недостатня методологічна забезпеченість (бухгалтерської діяльності, менеджменту, маркетингу тощо), несформованість у більшості підприємців відповідних навичок та брак підприємливості.

Крім зазначених об’єктивних чинників, значного впливу у перехідних економіках також набувають специфічні інституційні чинники, зокрема – громадська думка стосовно підприємництва та ставлення до підприємців з точки зору суспільно-масової свідомості, ставлення держави до цього сектора економіки.

Отже МСБ, який є невід’ємною структурною складовою сучасної ринкової економічної системи, в трансформаційній економіці додатково набуває функцій структуроутворюючого елемента. Між тим, особливо – у трансформаційних економіках, яскравого прояву набуває суперечність між об’єктивно високою економічною та соціально-політичною значущістю ролі малого підприємництва як форми діяльності та слабкою життєздатністю його окремих суб’єктів.



Значно більш виражена, ніж у великих підприємств, здатність до саморегулювання, самовідтворення та відносно автономного функціонування в рамках визначеної ринкової ніші обумовлює те, що специфічною рисою МСБ є переважна схильність до мінімізації стосунків з державою, там більше - політизації бізнесу. Відповідно, МСБ зазвичай є головною лобістською силою економічної лібералізації та дерегулювання економіки.

Додатковим чинником, який вимагає здійснення спеціалізованого регулювання діяльності МСБ, є низка потенційних загроз національній безпеці, які можуть виникати внаслідок діяльності малих підприємств, зокрема:

1. загрози фінансовій безпеці країни через неконтрольоване вивезення за кордон фінансових ресурсів, збільшення готівкового обігу всередині країни та конвертацію безготівкових коштів в готівку тощо;

2. “тінізація” діяльності підприємств, приховування доходів, розвиток “тіньової” зайнятості, встановлення зв’язків з кримінальними структурами та “відмивання” коштів;

3. розпорошення дефіцитних ресурсів та їхнє неефективне чи нецільове використання, “паразитичне” використання ресурсів, які належать державі чи іншим підприємствам;

4. недотримання стандартів, норм відповідності, санітарних норм, інших регуляторних вимог щодо споживчих характеристик продукції через недосконалість виробничих процесів, вихідного контролю, спробу здешевлення продукції тощо;

5. загрози техногенній та екологічній безпеці, пов’язані з виробничими процесами, зберіганням та використанням виробленої продукції;

6. структурна деформація кадрового потенціалу, відволікання кваліфікованої та дієздатної робочої сили, недотримання вимог безпеки праці, що веде до втрат людського потенціалу країни.

Дослідники сектора малого й середнього бізнесу розділяють підприємства у цій сфері на дві головні групи:

- *перша група*: підприємства, які прямо або опосередковано пов’язані з великим бізнесом, тобто, будучи юридично самостійними одиницями, вони працюють на контрактній основі з великими підприємствами, виконуючи субпідрядні роботи.

*друга група*: економічно і юридично самостійні підприємства, які безпосередньо конкурують з великим бізнесом та між собою на ринку

## **2. Сектор малого бізнесу в економіці України**

Розвиток малого бізнесу в Україні пов'язаний перш за все із формуванням державної політики та законодавчої бази, яке відбувалося в три етапи.

Перший етап (1991 - 1995 р.р.) характеризується прийняттям Закону України "Про підприємництво" у 1991 році та Програми державної підтримки підприємництва в Україні у 1993 році, які визначали правові, економічні та соціальні засади здійснення підприємницької діяльності.

Другий етап (1996 - 2000 р.р.) ознаменувався прийняттям Концепції державної політики розвитку малого бізнесу, запровадженням Програми розвитку, створенням Державного Комітету України з питань розвитку підприємництва та прийняттям законодавчих нормативів стосовно оподаткування та фінансової звітності суб'єктів малого підприємництва.

Для третього етапу (2001 р. і до теперішнього часу) характерним є уповільнення темпів росту показників малого бізнесу. У 2001 році з метою поліпшення ситуації у сфері малого бізнесу був прийнятий Закон України "Про національну Програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні", а у 2005 році - Указ "Про лібералізацію підприємницької діяльності та державну підтримку підприємництва".

Вже після прийняття перших законодавчих актів в Україні малий бізнес став самостійною ланкою національного господарства. За даними Держкомстату України, період стрімкого зростання малого підприємництва спостерігається протягом 1991-2000 років. І якщо в 1999 році темп зростання кількості підприємств малого бізнесу становив 115%, то у 2009 році - 95%. Скорочення кількості підприємств пов'язане із економічною та політичною нестабільністю країни, а також відсутністю реальних стимулів для розвитку малого бізнесу

### **3. Оподаткування малого підприємництва в Україні**

Для аналізу системи оподаткування малих підприємств, доцільно розглянути моделі оподаткування інших держав.

**Британська модель: пріоритет податкових стимулів**

У Великобританії немає єдиного визначення малого підприємства. Малі та середні підприємства, як правило, підпорядковуються таким же правилам розрахунку та декларування доходів, як і інші платники податків, хоча є незначні винятки. В числі таких винятків вирізняються й спрощені вимоги до звітності. Згідно з законодавством Великобританії, якщо річний дохід підприємства становить не менше 15 тисяч фунтів стерлінгів, то воно зобов'язане лише заповнити просту податкову декларацію без приведення докладних про свою діяльність або активах/зобов'язаннях. Крім того, якщо сумарні зобов'язання

підприємства за рік складають менше 500 фунтів стерлінгів, то воно не платить по рахункам за наступний рік і звільнене від авансових платежів. Воно просто платить те, що з нього вимагається на дату закриття балансу, - це сприяє збільшенню оборотних коштів.

В системі податкового регулювання Великобританії закладені такі стимулюючі засоби як прогресивні ставки оподаткування - шкала ставок прибуткового податку, основу якої складає прибуток, що підлягає оподаткуванню. Залежність величини податків від суми прибутку виражена у прямій прогресії - що вищі доходи, то вищі податки. Для малих підприємств, це без сумніву, дуже сприятлива система. Так, наприклад, при прибутку на рівні 0-1,520 фунтів стерлінгів - ставка становить 10%, при прибутку в розмірі 1,521-28,400 фунтів стерлінгів - 22%, при прибутку понад 28,400 фунтів стерлінгів - 40%.

Значну роль відіграє стимулювання капіталовкладень у будівлі та споруди. Діюча у Великобританії податкова система та правила амортизації будівель та устаткування з метою оподаткування дають змогу здійснювати списання за ставкою 25% від вартості придбання з урахуванням балансової вартості, що знижується - так звана "Податкова знижка по списанню на знос". Для низки малих підприємств вирахуванню може підлягати до 49% від вартості нових будівель і устаткування. Для отримання права на дану пільгу підприємство повинно відповідати, принаймні, двом з наступним вимогам:

річний дохід компанії не повинен перевищувати 11, 2 млн. фунтів стерлінгів;

вартість активів не повинна перевищувати 5,6 млн. фунтів стерлінгів;

штат підприємства не повинен перевищувати 250 чоловік.

Також існують і так звані тимчасові пільги, тобто, пільги, що існують на певний період часу. Так, наприклад, до березня 2003 року в Великобританії діяла податкова пільга для малих підприємств, що вкладають кошти в отримання високотехнологічної продукції - комп'ютерів, сучасних засобів зв'язку, програмного забезпечення, включаючи засоби, спрямовані на створення веб-сайтів.

Згідно з діючим законодавством 100% вартості такого майна можна відраховувати з оподаткованого прибутку вже в рік придбання. Щоб мати на це право, мале підприємство має відповідати хоча б двом наступним умовам:

річний оборот не може перевищувати 2,8 млн. фунтів стерлінгів;

активи не повинні перевищувати 2,8 млн. фунтів стерлінгів;

число працівників не повинно перевищувати 50 чоловік.

З 1 квітня 2000 року в Великобританії було запроваджено ще один стимул у вигляді податкових знижок на витрати, пов'язані з науково-дослідницькими та

дослідно-конструкторськими роботами. Основна мета - заохочення інновацій шляхом надання малим і середнім підприємствам значних стимулів, пов'язаних зі зростанням інвестицій в інноваційну сферу. Відповідно до закону про податкові знижки, мале підприємство може списати 150% витрат з оподатковуваного доходу. Компанії, які ще не отримують дохід, можуть отримати кредит в готівковій формі, яка становить приблизно 24% понесених витрат. Водночас у Великобританії діють різноманітні податкові стимули для інвесторів в акції малих підприємств.

Голландія: пільгові “правила тітоньки Агати”

Подібна до британської система оподаткування діє й у Голландії, де малі й середні підприємства підпорядковуються загальним правилам розрахунку та декларування доходу, як будь-які інші підприємства. Але при цьому малі й середні підприємства мають цілий ряд особливих переваг. По-перше, в Голландії діють прогресивні ставки прибуткового податку - ставки податків на доходи компаній пропорційно залежать від рівня доходів. Тут діє спеціальна шкала ставок особистого прибуткового податку для окремих підприємців. До юридичних осіб застосовуються наступні ставки прибуткового податку:

оподатковуваний дохід до 50 тисяч гульденів - 30%;

оподатковуваний дохід 50 тисяч гульденів і вище - 35%.

По-друге, податкова система Голландії для малих і середніх підприємств передбачає наявність вирахування витрат на інвестиції. Підприємство може зменшити свій оподатковуваний дохід на певну частку від суми коштів, вкладених у певні капітальні активи. До таких інвестицій не входять земля, житлові будинки, приватні автомобілі, цінні папери, “гудвіл”, концесії, тварини та низка інших активів. Проте, в цю категорію входять вироблені самостійно активи.

Ця сума віднімається лише в тому разі, якщо сукупні річні інвестиції, що підпадають під пільгу, складають 3900-566000 гульденів. Кожна окрема одиниця активів повинна коштувати, щонайменше, 1 тисячу гульденів. Сума, що вираховується, представляє собою долю загальних витрат на придбання активів, яка розраховується за змінною шкалою відсотків, починаючи з 27%, стосовно річних інвестицій, що не перевищують 566 тисяч гульденів. Цей стимул поширюється на всіх без винятку платників податку, проте найбільше від нього виграють малі підприємства. Аналогічний стимул застосовується й під час інвестування в енергозберігаюче устаткування.

В разі, якщо голландські компанії запрошують спеціаліста для проведення науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт, вони отримують право на зменшення податків на фонд заробітної плати. В цьому випадку,

податковий стимул поширюється на всі компанії, проте найбільшу вигоду отримують малі підприємства.

У відповідності з “Правилом тітоньки Агати” (“Tante Agaath regeling”), підприємцям, що відкривають нові підприємства, надається низка пільг. Зокрема - зниження ставки прибуткового податку з фізичних осіб і корпорацій на процентні доходи від позик, що надаються початкуючим підприємствам, і можливість віднімати збитки від позик, що виділяються початкуючим підприємствам. “Правила тітоньки Агати” застосовуються не лише стосовно малих і середніх підприємств, хоча здебільшого саме вони користуються цими пільгами.

При закритті підприємства або переведенні його в інше місце потрібно сплачувати необхідні обсяги податків. Однак, при закритті або передачі підприємства в зв’язку зі смертю підприємця, також надаються податкові пільги. Крім цього, існують ще й інші особливі податкові пільги підприємцям окремих категорій.

Підприємцям надається спеціальна особиста пільга, що знижує їх оподатковуваний дохід. Розмір вирахування змінюється залежно від величини отриманого оподаткованого прибутку. Якщо оподаткований прибуток складає менше 96170 гульденів, це дає можливість віднімати 13110 гульденів. Якщо ж прибуток сягає 108395 гульденів, сума, що віднімається, знижується до 8730 гульденів. Підприємці окремих категорій протягом трьох років роботи підприємства можуть віднімати з оподаткованого прибутку ще 3840. Сума відрахувань також зростає, якщо підприємець витрачає на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи більше 625 годин робочого часу протягом календарного року.

Підприємець, якщо його дружина/чоловік працюють на даному підприємстві, має ще одну податкову пільгу. Розмір пільги коливається від 0 до 4% залежності від кількості годин, відпрацьованих протягом календарного року. Замість податкової знижки підприємець може сплачувати своїй дружині/чоловіку більш високу плату, але не більшу ніж 17046 гульденів. Підприємець може відняти цю заробітну плату, з якої податок вже платитиме дружина/чоловік. Також підприємці можуть створювати пенсійні резерви з відстрочкою податку в розмірі 12% від усього оподаткованого прибутку.

Швеція: регуляторна нейтральність, помножена на увагу до малих

В Швеції відсутні які-небудь спеціальні податкові режими для малих та середніх підприємств. Основний принцип податкового регулювання у Швеції - це принцип “нейтральності”, у відповідності з яким до усіх підприємств незалежно від їх юридичної форми, типу господарської діяльності, розміру, місцезнаходження, застосовується одна і та ж податкова база, ті ж самі ставки

оподаткування і обов'язки з реєстрації, поданню документів, звітності, платежів та ін. Одне слово, податковий тягар буде однаковим і для самозайнятого підприємця, і для корпорації, якщо вони займаються однаковим бізнесом.

Проте, в принципі “нейтральності” передбачено винятки у вигляді податкових пільг, що спеціально застосовуються до малих підприємств. Самозайняті, дрібні торговці та більшість підприємств з оборотом менше 720 тисяч крон, мають право використовувати касовий метод обліку. Самозайняті, дрібні торговці з будь-яким оборотом не зобов'язані реєструвати свій бізнес в державних органах. Достатньо лише зареєструватися в податковій інспекції.

Якщо річний оборот підприємства складає менше 1 млн. крон (приблизно 110 тисяч доларів США), воно може подавати податкову декларацію один раз на рік, а не щомісячно, як це зобов'язані робити всі інші підприємства. Підприємства з оборотом менше 40 млн. крон (приблизно 4,4 млн. доларів США) зобов'язані сплачувати ПДВ протягом 42 днів з моменту закінчення звітного періоду. Якщо оборот перевищує 40 млн. крон, тоді сплачувати ПДВ потрібно протягом 26 днів після закінчення звітного періоду.

Новому приватному торговцю, що самостійно зайнятий, або партнеру, якщо це окрема особа, дозволяється віднімати збитки від господарської діяльності з можливого доходу протягом перших п'яти років діяльності.

Дивіденди, отримані від компаній, які не котуються на біржі або належать до окремих осіб, частково звільняються від прибутку. Ця пільга покликана стимулювати інвестиції в малі підприємства й компенсувати їм більш вищу вартість позикового капіталу порівняно з тими компаніями, що котуються на фондовій біржі.

Американська модель податкового регулювання у сфері малого бізнесу

У США відсутні будь-які особливі податкові режими для малих і середніх підприємств. Усі підприємства, зареєстровані в цій країні, зобов'язані вести повний бухгалтерський облік, який використовується при розрахунку прибутку з метою оподаткування.

Проте, як і в інших країнах з розвинутою економікою, в законах про прибутковий податок є низка регуляторних норм для малих підприємств, які дають можливість спростити процедуру обліку і звітності, стимулюючи й полегшуючи таким чином інвестиції в сферу малого бізнесу.

В США компанії, що мають незначні прибутки, сплачують прибутковий податок за нижчими ставками. При річному оподатковуваному прибутку до 50 тисяч доларів США використовується податкова ставка на рівні 15%, при прибутку 50-70 тисяч доларів США - 25%, при прибутку від 75 тисяч до 10 млн. доларів США - 34%, при прибутку понад 10 млн. доларів - 35%.

Існує також шкала ставок прибуткового податку і з фізичних осіб - від 15 до 39,6%.

Деякі дрібні платники податку можуть використовувати касовий метод обліку замість обліку методом нарахування, що зазвичай використовується для декларування доходів підприємств.

До числа таких податок платників належать такі категорії:

фізичні особи, які займаються:

сільськогосподарським виробництвом;

будь-якою господарською діяльністю, якщо закупівля та реалізація товарів не є суттєвим фактором отримання доходу (якщо платники податку займаються купівлею-продажем товарів, то застосовуються спеціальні правила обліку товарно-матеріальних цінностей за методом нарахування);

юридичні особи, які займаються:

сільськогосподарським виробництвом і мають валовий дохід менш ніж 1 млн. дол.;

будь-якою господарською діяльністю, якщо річний валовий дохід платника податку складає менше 5 млн. дол., і реалізація товарів не є суттєвим фактором для отримання доходу (якщо платники податків займаються купівлею-продажем товарів, то застосовуються спеціальні правила обліку товарно-матеріальних цінностей за методом нарахування).

Крім простої амортизації вартості купівлі довгострокових активів деякі підприємства вважають за доцільне віднімати ці видатки як поточні витрати та зменшувати оподатковуваний прибуток на частку інвестицій, вкладених протягом податкового року. Згідно законодавства, якщо сума, яку платник податку може відняти (тобто деяка частина інвестицій в довгострокові активи), не перевищує 24 тис. дол., тоді вона зменшується. Наступна амортизація на частині вартості активів, яка була списана протягом першого року, не допускається. В США діє й таке податкове послаблення для власників малих підприємств, як звільнення від податків на доходи від приросту капіталу. Тобто застосовуються податкові пільги з приводу доходів, отриманих фізичними особами від продажу акцій певних “кваліфікованих малих підприємств”. Під “кваліфікованим малим підприємством” мається на увазі корпорація з сукупними валовими активами менше 50 млн. доларів США, яка не займається жодним з наступних видів діяльності:

банківська справа;

страхування або інша фінансова діяльність;

проектно-конструкторські роботи;

юридична сфера;

бухгалтерський облік або консультації;

видобуток нафти або газу;  
готельна або ресторанна справа.

За діючим законодавством особи, що продають частки юридичних осіб, зобов'язані включати до оподатковуваного доходу будь-які доходи, отримані в результаті такого продажу. Що стосується інших подібних доходів, то окремі особи сплачують податок за більш низькими ставками - 20%, якщо продані активи перебували у власності платника податку більше 18 місяців, і 18% - у випадку володіння ними понад 5 років.

Якщо продається частка "кваліфікованого малого підприємства", то в такому разі платники податку можуть виключити з оподатковуваного прибутку 50% від суми, отриманої в результаті реалізації, за умови, що він володів акціями понад 5 років.

Американські підприємці мають можливість трактувати корпорацію як товариство і таким чином уникати подвійного оподаткування прибутку. За законодавством податки стягуються один раз тоді, коли корпорація отримує прибуток, і вдруге - коли виплачує дивіденди. Якщо такий вибір зроблено, власники невеликих корпорацій підлягають безпосередньому оподаткуванню, тобто податок стягується з їх відповідної частки в оподаткованому прибутку корпорації. Як правило, корпорація не сплачує федеральний прибутковий податок. Пізніше, коли корпорація починає сплачувати дивіденди своїм власникам, вони, як правило, не обкладаються податком.

Невеличкі корпорації, що мають право такого вибору, не можуть мати понад 75 власників, кожен з яких є громадянином або резидентом США.

#### Податкова гармонізація в ЄС

Система податкового регулювання в Європі опрацьовувалася і моделювалася багатьма комітетами та консультативними органами. Роботу над нею було розпочато ще в першій половині 1950-х років, але найбільш активно вона формувалася під час впровадження єдиного ринку в 1992 році.

Протягом існування ЄС робочими групами в складі офіційних осіб комісії і представників національних податкових відомств вивчалися проблеми, породжені різноманітністю національних податкових систем. У випадку непрямих податків було очевидним, що різноманітність податків на продажі, податків на оптові продажі, податків на обіг та різні систем ПДВ створюють бар'єри для вільного руху товарів. Це на практиці створювало податкові кордони, які необхідно було усувати. Одна робоча підгрупа займалася податком на оптові продажі з можливим податком на роздріб. Інша вивчала альтернативу спільного податку на стадії виробництва та/або податок на додану вартість. Третя - можливість одноступеневого й багаступеневого податків на виробництво і додану вартість.

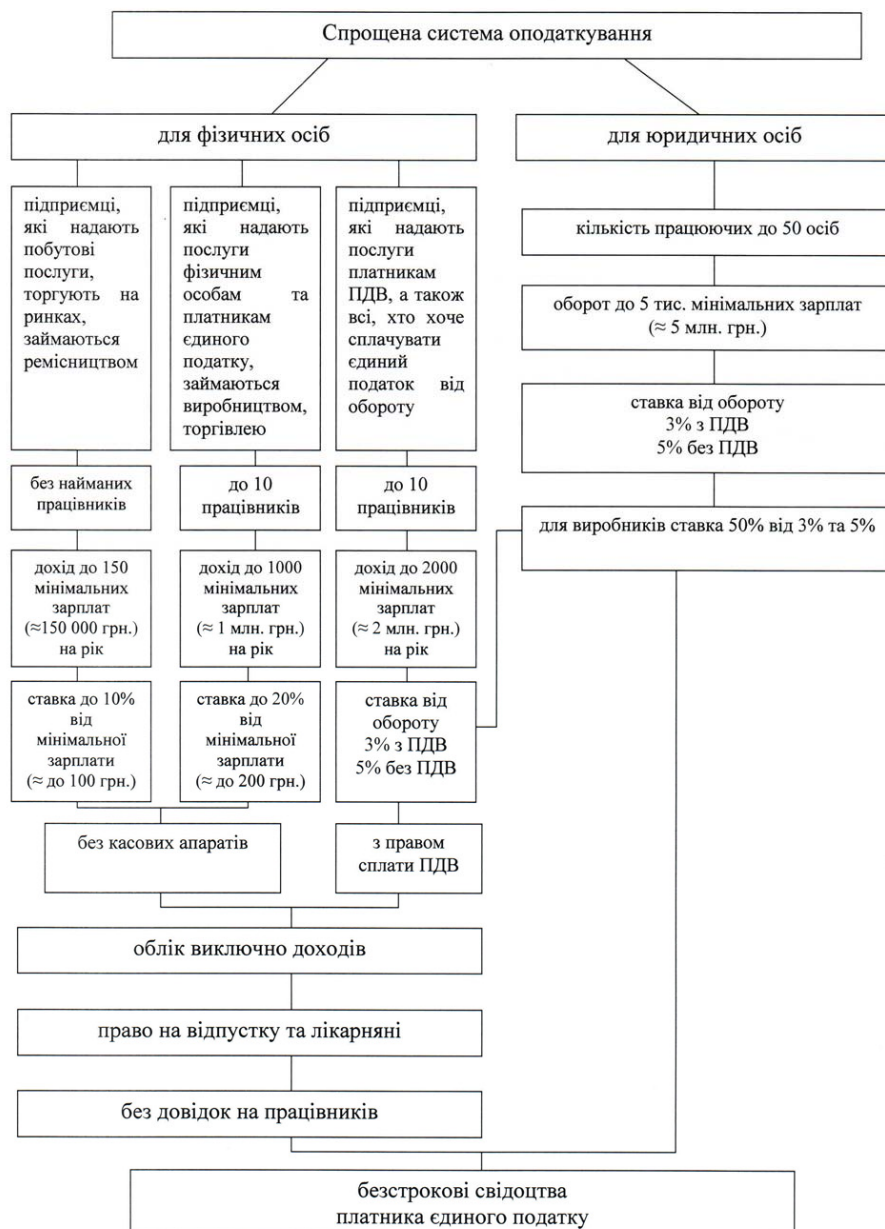


В процесі роботи виникла потреба розробити систему, яка створюватиме фінансову раціональність (досягатиме високих і узгоджених результатів), конкурентну нейтральність (податок не повинен впливати на структуру цін імпорту і експорту), найменшу можливу податкову ставку і найменші можливі витрати на стягнення. Перша і друга директиви про ПДВ було прийнято в квітні 1967 року. Потім було запроваджено ще низку директив, присвячених більшості з рекомендацій доповіді Ноймарка. В цілому в Європі існує 21 директива з питань ПДВ. Найважливішою є шоста директива, прийнята в 1977 році.

Починаючи з 1962 року розпочалися дослідження дії податку на корпорації. Це було пов'язано з непередбачуваністю наслідків впливу різних податкових систем на стану конкурентоспроможності підприємств. В 1970 році розпочалися дослідження податку на корпорацію і прибуткового податку, які очолив професор ван ден Темпле. Для оподаткування прибутку компанії професор Темпле рекомендував застосувати спільну систему оподаткування, подібно до тієї схеми, яка використовується у Великобританії. Але ця схема помітно відрізнялася від систем, що застосовувалися в Бельгії, Франції і Німеччині. Але пропозицію професора Темпле не було прийнято.

Протягом 70-х років європейські держави були занепокоєні економічними проблемами, пов'язаними з економічним спадом та періодом стагнації. На початку 80-х років виник новий політичний консенсус і комісія видала Білу книгу про завершення побудови внутрішнього ринку. Після численних дискусій Білу книгу було прийнято і в результаті виник Єдиний європейський акт (ЄЕА), підписаний у 1992 році. Тоді як ЄЕА мав усунути податкові бар'єри для транскордонного бізнесу, виникли різні погляди щодо запропонованого переходу від принципу стягнення ПДВ в місці призначення до принципу стягнення його в джерелі походження.

В Україні діє спрощена система оподаткування малих підприємств, характеристика якої подана на схемі 1.



«Суб'єкти господарювання - фізичні особи - платники єдиного податку, які в 2015 році отримали доходи понад 5 млн. грн., але не перевищили обсяг доходу 20 млн. грн., не втрачають право застосовувати спрощену систему оподаткування в 2016 році.

Водночас, якщо фізичні особи – підприємці, які застосовують спрощену систему оподаткування протягом 2016 року, отримують доходи обсягом більше 5 млн. грн., такі платники будуть зобов'язані перейти на сплату інших податків і зборів з першого числа місяця, наступного за податковим (звітним) кварталом, в якому відбулося таке перевищення».

В 2015 році проведена реформа спрощеної системи оподаткування - ССО - викликає найбільше дискусій порівняно з іншими частинами податкової реформи, запропонованої Мінфіном.

Зміни у ССО обґрунтовуються прагненням створити рівні умови діяльності для всіх суб'єктів підприємництва.

Запропоновані міністерством вирівнювання ставок та зниження максимального обороту покликані зменшити зловживання спрощеним оподаткуванням.

Реформа, найвірогідніше, стимулюватиме зростання конкуренції, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності малого бізнесу в цілому.

Водночас реформа наблизить ССО до загальної системи оподаткування та спонукає частину компаній перейти на цю систему.

Однак реформа буде успішною лише за умови усунення репресивної та здирницької системи адміністрування податків. В іншому випадку наслідки наближення можуть бути негативними для малого бізнесу.

### **Найважливіші зміни у ССО**

Основним елементом реформи ССО є зміни у рівні оподаткування бізнесу, який використовує цю систему. Податкове навантаження - ПДФО з підприємницької діяльності та єдиний соціальний внесок - знизиться для частини підприємців, які мають найнижчі доходи - виручка до 50-60 тис грн на рік.

Водночас, як свідчать розрахунки на основі оприлюднених Мінфіном матеріалів, для значної частини ФОП податкове навантаження зросте: з поточних 0,5-6% до 6-8% від виручки, яка у Податковому кодексі називається доходом, у 2016 році та до 12-16% від виручки у 2017 році. У разі скасування єдиного соціального внеску - ЄСВ - з 2018 року рівень оподаткування знизиться до 10-12% від виручки.

Рівень оподаткування може бути нижчим для ФОП, які відповідатимуть двом умовам. Перша - ФОП будуть вести облік видатків додатково до обліку доходів, який ведуть всі користувачі ССО. Друга - частка видатків перевищуватиме певні нормативи: 80% виручки у 2016 році, 60% - у 2017 році, 40% - з 2018 року.

**Податкове навантаження на ФОП, що використовують спрощену систему оподаткування**

| Виручка,<br>грн на рік | Поточна<br>ССО (єдиний<br>податок та ЄСВ<br>підприємця) |  | Проект реформи<br>Мінфіну, група Б (ПДФО з<br>підприємницької<br>діяльності та ЄСВ<br>підприємця, за непрямим<br>методом) |             |             |
|------------------------|---|--|---|-------------|-------------|
|                        | 2 група   | 3 група<br>(4% від<br>виручки<br>та мін.<br>ЄСВ) | 2016 рік  | 2017<br>рік | 2018<br>рік |
| 25 000                 | 8,345   | 6,294  | 1,000   | 2,000       | 0           |
| 50 000                 | 8,345   | 7,294  | 2,000   | 4,949       | 2,949       |
| 100 000                | 8,345   | 9,294  | 4,949   | 12,949      | 8,949       |
| 500 000                | 8,345   | 25,294   | 36,949  | 76,949      | 56,949      |
| 1 000 000              | 8,345   | 45,294   | 76,949  | 156,949     | 116,949     |
| 1 500 000              | 8,345   | 65,294   | 116,949   | 236,949     | 176,949     |

Спрощена система оподаткування дещо реформувалась. Зменшено кількість груп платників єдиного податку з **6 до 4**:

**1 група:** підприємці, які здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торгівельних місць на ринках або здійснюють господарську діяльність по наданню побутових послуг населенню.

Кількість найманих працівників – 0.

Обсяг доходу – до 300 тисяч гривень на рік (раніше – 150 тисяч гривень на рік).

Ставка – до 10% мінімальної заробітної плати (з січня 2015 року мінімальна ЗП складає 1 тисяча 218 гривень).

**2 група:** підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку або населенню, здійснюють виготовлення або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства.

Кількість найманих працівників – до 10 чоловік.

Обсяг доходу – до 1,5 мільйона гривень (раніше – до 1 мільйона гривень).

Ставка – до 20% мінімальної заробітної плати (з січня 2015 року мінімальна ЗП складає 1 тисяча 218 гривень).

**3 група:** фізичні особи-підприємці та юридичні особи

Кількість найманих працівників – не обмежена.

Обсяг доходу – до 20 мільйонів гривень.

Ставка – 2% доходу (раніше – 3 або 5%) – за умови окремої сплати ПДВ; 4% доходу (раніше – 5 або 7%) – за умови включення ПДВ до складу єдиного податку.

**4 група:** сільгоспвиробники, в яких доля сільськогосподарського товаровиробництва за попередній рік дорівнює або перевищує 75%.

Кількість найманих працівників – не обмежена.

Обіг коштів – не обмежений.

Ставка:

- для ріллі, сінокосів або пасовищ (крім ріллі, сінокосів та пасовищ, які розташовані в гірських зонах та поліських територіях, а також ріллі, сінокосів та пасовищ, що знаходяться у власності сільськогосподарських товаровиробників. Які спеціалізуються на виробництві (виращуванні) і переробці продукції рослинництва на закритому ґрунті, або наданні їм у користування, в тому числі на умовах оренди) – 0,45%;

- для ріллі, сінокосів або пасовищ, розташованих у гірських зонах та поліських територіях – 0,27%;

- для багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та поліських територіях) – 0,27%;

- для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та поліських територіях) – 0,09%;

- для земель водного фонду – 1,35%;

- для ріллі, сінокосів або пасовищ, що знаходяться у власності сільськогосподарських товаровиробників, які спеціалізуються на виробництві (виращуванні), переробці продукції рослинництва на закритому ґрунті або наданні їм в користування, в тому числі на умовах оренди – 3%.

Треба зазначити, що фіксований сільськогосподарський податок фактично було трансформовано в єдиний податок.

Ставки для 1 та 2 груп не змінено та встановлюють їх місцеві ради, а для 3 групи ставку зменшено до 2% або 4%.

Ті платники, які до 1 січня 2015 року, перебували на обліку, як платники 3-6 груп, з 1 січня 2015 року вважатимуться платниками єдиного податку 3 групи.

Об'єктом оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи є площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) та/або земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ), що перебуває у власності сільськогосподарського

товаровиробника або надана йому у користування, у тому числі на умовах оренди.

Права власності/користування земельними ділянками повинні бути оформлені та зареєстровані відповідно до законодавства.

Базою оподаткування податком для платників єдиного податку четвертої групи:

для сільськогосподарських товаровиробників є нормативна грошова оцінка одного гектара сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень), з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного за станом на 1 січня базового податкового (звітного) року відповідно до порядку, встановленого розділом XII Податкового кодексу України.

#### **4. Показники розвитку малого та середнього бізнесу**

Подані в Додатку № 1 «Роздатковий матеріал до теми 4».

#### **Тестові завдання**

1. Поняття суб'єктів малого підприємства визначено:
  - а) Указом Президента України «Про державну підтримку малого підприємництва»;
  - б) Законом України «Про бухгалтерський облік в Україні»;
  - в) Законом України «Про підприємництва в Україні».
2. Суб'єктами малого підприємництва :
  - а) юридичні особи;
  - б) фізичні та юридичні особи;
  - в) фізичні особи.
3. Критерієм віднесення підприємств до малих є:
  - а) обсяг річного валового доходу;
  - б) чисельність працюючих залежно від галузі;
  - в) виручка від реалізації.
4. У якому з елементів оподаткування найбільше виявляється регулююча функція податків?
  - а) Визначення об'єкта оподаткування.
  - б) Визначення джерела сплати податків.
  - в) Установлення величини ставок податків.
  - г) Установлення термінів сплати податків.
  - д) Надання податкових пільг.
5. За використання якого джерела сплати податків найбільше виявляється їх регулююча функція?

- а) балансовий прибуток.
- б) собівартість продукції.
- в). виручка від реалізації продукції.
- г) прибуток від реалізації продукції.
- д). амортизаційні відрахування.

6. Яка з методик визначення ставок оподаткування більш позитивно впливає на фінансово-господарську діяльність підприємства?

- а) в абсолютних сумах з одиниці продукції, що реалізується.
- б) у відсотках до об'єкта оподаткування - універсальні ставки.
- в) у відсотках до об'єкта оподаткування - диференційовані ставки.
- г) у відсотках до об'єкта оподаткування - прогресивні ставки.
- д) у відсотках до об'єкта оподаткування - регресивні ставки.

7. Який спосіб надання податкових пільг більш позитивно впливає на прояв регулюючої функції податків?

- а) пільги для окремих платників податків.
- б) пільги щодо окремих об'єктів оподаткування.
- в) пільги щодо термінів сплати податків.
- г) відшкодування сплачених податків.
- д) Надання податкового кредиту.

8. Згідно з законодавством України створення об'єднань підприємств погоджується з:

- а) Кабінетом Міністрів України;
- б) антимонопольним комітетом України;
- в) відповідним міністерством та відомством.

9. Підприємство належить до малого:

- а) за чисельністю працюючих, залежно від галузі;
- б) за власним вибором;
- в) за рішенням керівництва.

10. Підприємства промисловості є малими, якщо чисельність працюючих:

- а) не перевищує 100 осіб;
- б) перевищує 200 осіб;
- в) не перевищує 200 осіб.

## **Тема 5. Антимонопольна діяльність держави та демонополізація економіки**

### **План**

1. Монополії та монопольне становище.
2. Антимонопольна діяльність держави.
3. Законодавство України в сфері антимонопольного регулювання.

### **1. Монополії та монопольне становище**

Монополія – це окремі крупні підприємства, об'єднання підприємств, господарські товариства, які виробляють значну кількість продукції певного виду і таким чином займають монопольне становище на ринку, впливають на процес ціноутворення і отримують більш високі (монопольні) прибутки.

Вільна конкуренція, як одна з динамічних сил розвитку економіки, діяла у XVIII-XIX ст. На той час монополії були винятком, існували переважно у сфері обігу і не впливали суттєво на процес суспільного відтворення. Однак на межі XIX - XX ст. почався бурхливий процес становлення і розвитку монополій, які зайняли панівне становище у матеріальному виробництві й нематеріальній сфері. Водночас відбувався перехід від вільної конкуренції до панування монополій.

До завоювання підприємцями монопольного становища на ринку ведуть два основні шляхи. Перший з них полягає в концентрації виробництва, тобто зосередженні засобів виробництва, працівників та обсягів виробництва на великих підприємствах.

Існує також інший шлях, внаслідок якого монополії виникають набагато швидше, ніж внаслідок концентрації. Мається на увазі централізація виробництва і капіталу, тобто добровільне об'єднання компаній, або поглинання фірмами-переможцями банкрутів. Централізація капіталу - це збільшення розмірів капіталу внаслідок об'єднання або зменшення самостійних капіталів. Типовим прикладом такого об'єднання можуть слугувати акціонерні компанії.

Прихильники першої точки зору щодо причин виникнення та подальшого розвитку монополістичних тенденцій звинувачують державу, яка, з одного боку, сама організовує монополії (адміністративні) і провокує до цього підприємців, а з другого - своєю бездіяльністю дозволяє їм створити й використовувати монопольне становище. Монополізм тут розуміється не як притаманний ринковому господарству, а як випадковий процес.

Більш реалістичною виглядає інша точка зору, за якою монополістичні утворення є закономірними, а монопольна влада є логічним завершенням ринкової стратегії підприємства. Монополії можуть існувати в такому ринковому середовищі, в якому існують якісь перепони для вступу на ринок



нових суб'єктів господарювання. Якщо з'являється якийсь монопольний ринок (наприклад, хтось починає виробляти якийсь вид товару, що користується підвищеним попитом), то, як правило, інші підприємства починають виробляти такий само товар і монополія автоматично зникає.

Умови й особливості виникнення монополій пов'язані з дією об'єктивних економічних законів, розвитком продуктивних сил і суттєвими змінами в технологічному способі виробництва. Конкретно цими причинами є: по-перше, дія закону конкуренції. Закон конкуренції та кожна його функція підпорядковані досягненню головної мети виробництва – максимізації прибутку. Щоб максимізувати прибуток, виробник повинен постійно нарощувати обсяги виробництва і продажу товарів, поступово усувати своїх конкурентів. Врешті-решт виробник захоплює і контролює велику частину виробництва і збуту товарів, перетворюється на монополіста. Це свідчить, що конкуренція породжує свій антипод - монополію. Конкуренція і монополія завжди існують в реальній ринковій економіці як дві протилежні і взаємообумовлюючі характеристики.

Монопольне становище є бажаним для кожного підприємця. Воно дає змогу йому уникнути цілої низки проблем і ризиків, пов'язаних із конкуренцією, зайняти привілейовану позицію на ринку. Концентруючи у своїх руках визначену господарську владу, вони мають можливість із позицій сили впливати на інших учасників ринку, нав'язувати їм свої умови і досягати найбільшої вигоди.

По-друге, причиною виникнення монополії є дія закону концентрації капіталу і виробництва. Тому наслідком концентрації капіталу є концентрація виробництва. Рушійною силою цього процесу є конкурентна боротьба. В результаті конкуренції з маси дрібних і середніх підприємств відокремлюються кілька найбільших, які стають монополіями. Таким чином, створюється ланцюжок: конкуренція породжує концентрацію виробництва, а ця концентрація, на певному ступені свого розвитку, призводить до монополії.

По-третє, причиною створення монополії є процес централізації капіталу. Однією з основних форм централізації капіталу є створення акціонерних компаній.

Отже, концентрація і централізація капіталу й виробництва створили об'єктивну необхідність і можливість виникнення монополій, стали їх економічною основою.

По-четверте, причиною виникнення монополій є трансформація індивідуальної приватної власності. В останній третині XIX ст. організаційно-економічна структура виробництва була представлена переважно малими і середніми підприємствами індивідуальної приватної власності, яка стала гальмом розвитку продуктивних сил. У цей час значні досягнення науково-

технічного прогресу створили можливість будівництва залізниць, морських портів, каналів, великих заводів, інших великих об'єктів. Однак жоден капіталіст окремо не мав необхідних капіталів, щоб фінансувати такі проекти. Отже, потрібна була нова форма власності, яка могла б розв'язати ці проблеми. Нею стала велика акціонерна власність, яка об'єднала капітали декількох підприємств.

По-п'яте, економічні кризи, які у другій половині XIX ст. стали фактором прискорення концентрації і централізації виробництва і створення на цій основі монополій.

Наслідком економічних криз є масове розорення і банкрутство дрібних і середніх підприємств. Деякі з них насильно поглинаються великим капіталом, а інші змушені погоджуватись на об'єднання, щоб уникнути розорення. Взаємопов'язаність цих двох явищ та монополій показує одну з причин прискореної монополізації економіки.

### **Є три види монополій:**

1. Природна монополія виникає внаслідок об'єктивних причин. Вона існує коли попит на певний товар чи послуги найкраще задовольняється однією або кількома фірмами. Тут конкуренція неможлива.

Наприклад: енергозабезпечення, телефонні послуги, зв'язок, трубопровідний транспорт і т. д. У цих галузях існує обмежена кількість монополій і тому вони посідають монопольне становище на ринку.

2. Адміністративна монополія виникає внаслідок дії державних органів двома шляхами:

Надання окремим фірмам виключного права на заняття певного роду діяльності.

Наприклад: на початку XVII ст. голландській та англійській компаніям державою було надано право (виняткове) на торгівлю з Індією.

Це об'єднання державних підприємств і підпорядкування їх міністерствам. Вони виступають на ринку як єдиний господарський суб'єкт і між ними відсутня конкуренція.

По суті, - це монополізована економіка, яка була в СРСР.

3. Найпоширенішою є економічна монополія. Вона виникає на основі закономірного господарського розвитку, коли підприємці зуміли завоювати монополістичне становище на ринку, завдяки:

успішному розвитку підприємства;

базується на добровільному об'єднанні або поглинанні переможцями банкрутів.

Чиста монополія виникає звичайно там, де відсутні реальні альтернативи, немає близьких замінників (субститутів), товар, що випускається, є в деякій мірі унікальним. Це в повній мірі можна віднести до природних монополій, типовим

прикладом яких є муніципальні комунальні служби. В цих умовах монополіст володіє реальною владою з точки зору реалізації продукту, в деякій мірі контролює ціну і може впливати на неї, змінюючи кількість товару.

Сучасна теорія виділяє три типи монополії:

- 1) монополія окремого підприємства;
- 2) монополія як змова;
- 3) монополія, що базується на диференціації продукту.

Процес монополізації економіки має як позитивні так і негативні наслідки. Існує позиція, що у великих підприємств та їх об'єднань більше можливостей розвивати сучасне виробництво, фінансувати науково-дослідні лабораторії, отримувати нові наукові результати, впроваджувати новітню техніку і технологію, здійснювати перекваліфікацію працівників, а також, пристосуватися до розвитку продуктивних сил, до структурних зрушень в економіці. Проте ніхто не заперечує, що недоліків у монополій значно більше, і перший це практика встановлення монопольних цін. Такі ціни створюють додаткові прибутки монополістам, а покупці змушені купувати товари за цінами вищими, ніж за умов конкурентного ринку. Це зростання цін спостерігається головним чином на внутрішньому ринку, і складається ситуація, коли ціни на внутрішньому ринку вищі ніж на зовнішньому. Для закріплення такого становища створюється, хоч і не великий, проте штучний дефіцит на товари чи послуги.

Існує і така точка зору, що монополія веде до гальмування науково-технічного прогресу. Послабивши конкуренцію, монополія створює тенденцію до стримування запровадження технологічних новинок, уповільнення нововведень. Монопольне становище і ті вигоди, що з нього випливають, послаблюють стимули до постійного вдосконалення виробничого процесу, до зростання його ефективності.

Монополія, як економічне явище, має результатами своєї діяльності певні наслідки. І негативні, нажаль, набагато переважають позитивні. Одним із найголовніших таких наслідків є придушення конкуренції, без якої неможливе нормальне існування ринку.

## **2. Антимонопольна діяльність держави**

Монополії, процес монополізації економіки мають істотні негативні наслідки

- по-перше, монополії придушують конкуренцію - важливу рушійну силу економічного прогресу;
- по-друге, вони здатні збільшувати прибутки, зменшуючи обсяг випуску продукції і підвищуючи її ціну;

- по-третє, схильні до уповільнення науково-технічного прогресу;
- по-четверте, схильні до хижацького використання природних ресурсів та забруднення довкілля;
- по-п'яте, розорюють малий та середній бізнес;
- по-шосте, монополізують засоби масової інформації (пресу, радіо, телебачення), за допомогою яких впливають на свідомість населення у необхідному їм напрямку;
- по-сьоме, здійснюють тиск на уряд у пошуках неправомірних пільг та привілеїв тощо.

Однак монополії мають і суттєві позитивні риси. Завдяки привласненню високих прибутків монопольні структури мають більше можливостей фінансувати науково-дослідні роботи, впроваджувати новітню техніку і технологію, здійснювати перекваліфікацію працівників. Крім того, ефект "масштабу виробництва" великих підприємств дає змогу їм виробляти дешеву і якісну продукцію. Великі підприємства більш стійкі в умовах криз, що зменшує рівень безробіття і соціальну напругу у суспільстві.

Тому сучасна економічна наука вважає, що не можна ототожнювати поняття "монополія" з поняттям "велике підприємство", навіть якщо воно має високу частку виробництва і реалізації продукції. Монополією слід вважати лише те підприємство, яке використовує ринкову владу - диктує ціни на ринку, придушує конкуренцію і здійснює інші негативні дії. Проти таких підприємств-монополістів з метою запобігти зловживанню їх монопольним становищем держава здійснює антимонопольну політику.

Антимонопольна політика - комплекс заходів, розроблених і впроваджених у багатьох країнах світу, спрямованих на припинення, попередження й обмеження діяльності монополій, а також створення відповідного законодавства.

Перший антимонопольний (антитрестівський) закон - так званий Закон Шермана - був прийнятий у США у 1890 р. Пізніше Закон Шермана було доповнено Законом Клейтона (1914 р.), законом про Федеральну торгову комісію (1914 р.) та іншими, які склали основу антитрестівського законодавства США.

За прикладом США в інших країнах світу також схвалювали антимонопольні закони. Антитрестівське законодавство за типом американського було прийняте у Великобританії в 1948 р., у Франції в 1963, в Італії 1964 р. У країнах Східної Європи антимонопольне законодавство почали розробляти наприкінці 80-х років XX ст

Однак американська і європейська антимонопольна політика мають свої особливості:

- американська - спрямована, головним чином, проти монополії як структурної одиниці;

- європейська має регулятивний характер і спрямовується, головним чином, на протидію негативним проявам ринкової влади монополій.

У сучасних умовах національний та наднаціональний рівні конкурентного законодавства в Європі створюються за умов інтеграційних процесів в економіці та посилення міжнародної конкуренції. В кожній країні Європейського Союзу діє національне конкурентне законодавство, скоординоване з загальноєвропейським. Конкурентна політика ЄС має регулятивний характер, тобто спрямована проти недобросовісних монополістичних прийомів.

Протягом останніх років конкурентна політика та конкурентне законодавство ЄС зазнали істотних змін порівняно з початком 60-х років XX ст., коли формувалася загальноєвропейська політика у сфері конкуренції. Нові підходи до конкурентної політики базуються на новому-більш економічному, ніж правовому - підході до змісту конкуренції та конкурентних відносин.

Антимонопольне законодавство Японії вважається "жорстким", оскільки ґрунтується на Законі "Про заборону приватної монополії та забезпечення чесних угод".

Щоб запобігти деяким із цих негативних наслідків, держава була змушена проводити антимонопольну політику, до складу якої входить видання актів, законів, обмеження сфери впливу монополістичних об'єднань і, звісно, застосування різних санкцій до порушників  $\frac{3}{4}$  від економічних (штрафи) до кримінальних (тюремні ув'язнення).

Ще однією функцією держави в цьому напрямку є створення органу або органів, які б слідкували за дотриманням законодавства, а також вносили пропозиції щодо змін законодавства даного напрямку.

Антимонопольна політика – це сукупність заходів держави щодо припинення зловживання монопольним становищем з однієї сторони (тобто нагляд за дотриманням антимонопольного законодавства), та з іншої сторони створення нових монополій та монополістичних об'єднань. Основними обов'язками держави у її діяльності щодо проведення антимонопольної політики є створення антимонопольного законодавства, яке б регулювало діяльність вже існуючих монополій, а також прийняття законів, які б не допускали антиконкурентних дій, а також передбачали відповідальність за недобросовісну конкуренцію.

Певний досвід антимонопольної діяльності нагромаджений в економічно розвинутих країнах. Для боротьби з монополією, зловживаннями і нечесною діловою практикою в цих країнах прийнята ціла низка антитрестівських законів. У ФРН, наприклад, антитрестівське законодавство забороняє картельні та інші

угоди, що створюються з метою обмеження конкуренції. Практика дотримання законів контролюється Федеральною картельною службою. Фірми, які займають провідні позиції на ринку, є об'єктом спеціального контролю для попередження зловживань і дискримінації. Здійснюється також контроль за злиттям і поглинанням компаній. Закон про недобросовісну конкуренцію захищає споживачів від оманливої реклами, нечесних дій щодо конкурентів.

Антитрестівські закони США націлені на попередження надмірної концентрації економічної влади в руках окремих корпорацій, збереження і підтримку конкуренції — одного із рушіїв господарського розвитку і науково-технічного прогресу в умовах ринкової економіки. Антитрестівське регулювання стало складовою частиною підприємницької практики і суттєво впливає на структуру і функціонування приватного сектора.

Антимонопольне законодавство Японії передбачає досягнення двох важливих цілей антимонопольної політики: забезпечення інтересів споживачів і захист слабих (здебільшого дрібних) фірм від свавілля сильних. Приміром, заборонені холдингові компанії — обмеження, що не має прецеденту в інших країнах.

Узагальнення антимонопольної діяльності у розвинутих країнах дає можливість виділити в ній п'ять основних напрямів. По-перше, прибутки монополій скорочуються за рахунок високих податків. По-друге, встановлюється контроль за цінами, який використовується для стримування інфляції і для тиску на ціни у висококонцентрованих галузях. По-третє, державна власність на монополії. Вона особливо широко використовується у західноєвропейських країнах. Вважається, що у багатьох галузях (телефонний зв'язок, постачання водою, природним газом, електроенергією, залізниця) виробництво буде ефективним, коли фірми — монополії або наближені до них. По-четверте, економічне регулювання дозволяє спеціальним регулюючим агентствам спостерігати за цінами, обсягами виробництва, входженням і виходом фірм із регульованих галузей; воно поширюється на комунальні підприємства, транспорт і фінансові ринки. Це, по суті, державний контроль без власності на засоби виробництва. По-п'яте, регулювання діяльності монополій здійснюється з допомогою антитрестівської політики, яка використовується у висококонцентрованих галузях. Під регулюванням розуміються державні правила і закони, прийняті для зміни або контролю над операціями економічних обмежень. Існує дві форми регулювання — економічне і соціальне. У сфері економічного регулювання перебуває контроль за цінами, типами товарів, умовами входження і виходу із галузі або стандарти обслуговування у певній галузі. Соціальне регулювання — це ряд настанов, спрямованих на коригування широкого ряду побічних або зовнішніх ефектів. Відомі приклади соціального

регулювання — програми очищення повітря і води, безпеки ядерної енергетики, ліків, автомобілів тощо.

Існують дві основні форми боротьби з монополіями:  
попередження створення монополій;  
обмеження використання монопольної влади.

Для проведення антимонопольної політики держава створює антимонопольні служби, основною задачею яких є контроль монополістичних тенденцій у країні. Антимонопольні служби не є частиною законодавчої влади, але їхня компетенція дозволяє їм виконувати дорадчу функцію. Подібні організації не мають права діяти авторитарними методами, наприклад, закривати підприємства. Але вони можуть змусити підприємство, що домінує на ринку, відновити постачання продукції тому одержувачу, якому в цих постачаннях було протизаконно відмовлено. Усе їхні рішення обов'язкові для виконання. У протилежному випадку накладаються грошові штрафи, передбачені законодавством за порушення антимонопольного закону. При цьому необхідно відзначити, що всі рішення антимонопольної служби повинні підлягати перевірці державними судами.

Антимонопольний комітет України є державним органом із спеціальним статусом, метою діяльності якого є забезпечення державного захисту конкуренції у підприємницькій діяльності.

Особливості спеціального статусу Антимонопольного комітету України обумовлюються його завданнями та повноваженнями, в тому числі роллю у формуванні конкурентної політики, та визначаються Законом України «Про Антимонопольний комітет України», іншими актами законодавства. Ці особливості полягають, зокрема, в особливому порядку призначення та звільнення Голови Антимонопольного комітету України, його заступників, державних уповноважених, голів територіальних відділень, у спеціальних процесуальних засадах діяльності Антимонопольного комітету України, наданні соціальних гарантій, охороні особистих і майнових прав працівників Антимонопольного комітету України на рівні з працівниками правоохоронних органів.

Антимонопольний комітет України здійснює свою діяльність на підставі законодавства про захист економічної конкуренції, що ґрунтується на нормах, установлених Конституцією України і складається із Закону України «Про захист економічної конкуренції», Закону України «Про Антимонопольний комітет України», Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до цих законів.

Основним завданням Антимонопольного комітету України є участь у формуванні та реалізації конкурентної політики України, яка здійснюється за наступними напрямками:

- здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції;
- контроль за концентрацією та узгодженими діями суб'єктів господарювання;
- контроль за регулюванням цін (тарифів) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій;
- сприяння розвитку добросовісної конкуренції (включає в себе, зокрема: взаємодію з органами державної влади, органами місцевого самоврядування, органами адміністративно-господарського управління та контролю, підприємствами, установами та організаціями з питань розвитку, підтримки, захисту економічної конкуренції та демонополізації економіки; надання обов'язкових для розгляду рекомендацій та внесення зазначеним суб'єктам пропозицій щодо здійснення заходів, спрямованих на обмеження монополізму, розвиток підприємництва і конкуренції; участь у розробленні та внесення в установленому порядку пропозицій щодо законів та інших нормативно-правових актів, які регулюють питання розвитку конкуренції, конкурентної політики та демонополізації економіки; міжнародне співробітництво з питань, які належать до компетенції Антимонопольного комітету України);
- методичне забезпечення застосування законодавства про захист економічної конкуренції (складається з узагальнення та аналізу практики застосування законодавства про захист економічної конкуренції, здійснення офіційного тлумачення власних нормативно-правових актів та надання рекомендаційних роз'яснень з питань застосування законодавства про захист економічної конкуренції).

Антимонопольний комітет України підконтрольний Президенту України та підзвітний Верховній Раді України.

Відповідно до Закону України «Про Антимонопольний комітет» основним завданням Антимонопольного комітету України є участь у формуванні та реалізації конкурентної політики в частині:

1) здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції на засадах рівності суб'єктів господарювання перед законом та пріоритету прав споживачів, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції;

2) контролю за концентрацією, узгодженими діями суб'єктів господарювання та дотриманням вимог законодавства про захист економічної конкуренції під час



регулювання цін (тарифів) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій;

3) сприяння розвитку добросовісної конкуренції;

4) методичного забезпечення застосування законодавства про захист економічної конкуренції;

5) здійснення контролю щодо створення конкурентного середовища та захисту конкуренції у сфері державних закупівель.

Основні принципи діяльності Антимонопольного комітету України

Антимонопольний комітет України будує свою діяльність на принципах:

- законності;

- гласності;

- захисту конкуренції на засадах рівності фізичних та юридичних осіб перед законом та пріоритету прав споживачів.

Антимонопольний комітет України утворюється у складі Голови та восьми державних уповноважених.

Голова Антимонопольного комітету України має першого заступника та заступника Голови Антимонопольного комітету України, які призначаються з числа державних уповноважених. У разі необхідності для забезпечення здійснення Антимонопольним комітетом України окремих завдань за рішенням Президента України в Антимонопольному комітеті України додатково вводиться посада заступника Голови Антимонопольного комітету України.

Голова Антимонопольного комітету України призначається на посаду та звільняється з посади Президентом України за згодою Верховної Ради України.

Строк повноважень Голови Антимонопольного комітету України становить сім років. Голова Антимонопольного комітету України не може призначатися на цю посаду більше ніж на два строки підряд.

### **3. Законодавство України в сфері антимонопольного регулювання.**

В умовах ринкової трансформації економіки України питання захисту конкуренції, недопущення зловживання ринковою владою монополістичних структур є особливо актуальним. Створення конкурентного середовища, захист законних інтересів підприємців і споживачів, регулювання діяльності монополій сприяють формуванню цивілізованих ринкових відносин, підвищенню ефективності функціонування національної економіки і є однією зі складових антимонопольної діяльності держави.

Від командно-адміністративної системи СРСР українською економікою було успадковано високий рівень монополізації. В ході ринкових перетворень в Україні було ліквідовано більшість монопольних структур. Поглиблену

структурну демонополізацію було проведено в багатьох галузях вітчизняної економіки.

Сьогодні в Україні створено цілісну систему правових та організаційних механізмів антимонопольної діяльності, яка відповідає сучасним нормам ЄС і загальносвітовим тенденціям.

Антимонопольне законодавство в Україні представлено Законами України: "Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції в підприємницькій діяльності" (1992 р.), "Про захист від недобросовісної конкуренції" (1996 р.), "Про природні монополії" (2000 р.), "Про захист економічної конкуренції" (2001 р.), "Про Антимонопольний комітет України" (1993 р.) та ін.

На початку 90-х рр. ХХ ст. головний наголос у вітчизняній антимонопольній політиці робився на подоланні й обмеженні монополізму, що було пов'язано з пануванням у тодішній українській економіці монополій як спадку колишнього соціалістичного господарства. Економічна політика України в той період закономірно набула форми антимонопольної політики.

Після проведення радикальних реформ, приватизації та демонополізації ситуація у сфері конкурентних відносин в Україні кардинально змінилася. У нових соціально-економічних умовах основною проблемою антимонопольної політики стало не просто формальне усунення монополізму, а створення ефективного конкурентного середовища, здатного забезпечити стає економічне зростання і стабільне підвищення життєвого рівня народу. Наголос у здійсненні антимонопольної політики в Україні на початку ХХІ ст. переноситься з подолання та обмеження монополізму на захист економічної конкуренції.

Основним змістом сучасного етапу антимонопольної політики в Україні є захист уже створеного конкурентного середовища, підвищення ефективності функціонування існуючих конкурентних відносин.

Це призвело до трансформації антимонопольної політики держави у конкурентну політику, а антимонопольне законодавство - у конкурентне законодавство.

Конкурентна політика - це система заходів держави щодо створення та розвитку конкурентного середовища, регулювання конкурентних відносин і конкурентного процесу з метою підтримки та заохочення економічної конкуренції, боротьби з негативними наслідками монополізму, захисту законних інтересів підприємців і споживачів, сприяння розвитку цивілізованих ринкових відносин, створення конкурентноспроможного вітчизняного виробництва.

Стратегічною метою конкурентної політики є державна підтримка ефективної конкуренції та створення однакових умов для всіх агентів ринкових відносин. Головне завдання конкурентної політики - формування такого

середовища, в якому дії ринкових агентів, що порушують конкурентні правила, стають економічно не вигідними.

Важливо стимулювати конкурентну поведінку суб'єктів господарювання, сприяти прийняттю ними більш ефективних ринкових рішень, кращому захисту прав та інтересів споживачів.

Мета і завдання конкурентної політики поєднані з усім комплексом проблем соціально-економічного розвитку в Україні. Більшість питань у сфері конкурентної політики мають системний характер і потребують комплексних заходів та повсякденного контролю.

Державний контроль за дотриманням конкурентного законодавства, захист інтересів підприємців та споживачів від його порушень здійснюється Анти монопоольним комітетом України відповідно до його повноважень, визначених законом.

Основними завданнями Антимонопольного комітету України є:

- здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції;
- запобігання, виявлення і припинення порушень конкурентного законодавства;
- контроль за економічною концентрацією;
- сприяння розвитку добросовісної конкуренції.

До методів здійснення антимонопольної політики відносять:

- правові: прийняття відповідних законодавчих та нормативно-правових актів;
- організаційно-контролюючі, розробка та організація виконання заходів, спрямованих на запобігання порушенням конкурентного законодавства; проведення моніторингу, перевірок, призначення експертизи;
- адміністративно-імперативні: примусовий поділ суб'єктів господарювання, застосування санкцій, накладання штрафів;
- профілактично-роз'яснювальні: інформування, внесення пропозицій, надання рекомендацій, попередніх висновків стосовно порушень, роз'яснення щодо кваліфікації порушень.

Для визначення монопольного становища суб'єктів господарювання на ринку використовують певні кількісні показники. Так, в Україні становище вважається монопоольним, якщо частка на ринку одного суб'єкта господарювання перевищує 35 %, трьох - 50, п'яти-70%.

За зловживання монопоольним (домінуючим) становищем Законом України "Про захист економічної конкуренції" встановлені такі види відповідальності:

- штрафи;
- примусовий поділ монопоольних утворень;

- адміністративна відповідальність;
- відшкодування завданої шкоди.

Правовою базою конкурентної політики є конкурентне законодавство.

Конкурентне законодавство - це сукупність законів, нормативних та інструктивних документів, які визначають правові засади підтримки і захисту економічної конкуренції та обмеження монополізму в підприємницькій діяльності.

Діяльність антимонопольного комітету України ґрунтується на принципах законності, гласності, захисту прав суб'єктів господарювання на засадах їх рівності перед законом та пріоритету прав споживачів.

Отже, можна стверджувати, що в Україні на сьогодні створено законодавчу базу й організаційні засади здійснення ефективної державної конкурентної політики. Однак життя, поглиблення ринкових перетворень постійно створюють нові проблеми у сфері конкурентної політики, які вимагають нових підходів до їх розв'язання. Тому питання з обмеження монополізму, підтримки і розвитку економічної конкуренції мають бути й надалі важливим елементом економічної політики держави.

### Тестові завдання

1. Термін «недосконалий конкурент» у ринковій економіці відноситься до продавця, що:

- а) діє поза системою спеціалізації і цін;
- б) пропонує достатній обсяг товарів, щоб впливати на ціни;
- в) намагається зруйнувати існуючий стандарт споживчих переваг;
- г) свідомо або несвідомо використовує неефективні засоби виробництва.

2. На відміну від конкурентної фірми, монополіст:

- а) має однорідну продукцію;
- б) максимізує прибуток при рівності граничного доходу і граничних витрат;
- в) може виробити будь-який обсяг продукції і продати його по будь-якій ціні;

г) при даній кривій ринкового попиту може вибрати комбінацію ціни й обсягу випуску, що дає максимум прибутку;

д) зіштовхується з цілком еластичною кривою попиту.

3. На відміну від конкурентної фірми проста монополія прагне:

- а) виробляти продукції менше, а ціну встановлювати вище;
- б) максимізувати прибуток;
- в) вибрати такий обсяг випуску, при якому  $MR = P$ ;
- г) виробляти продукції більше і ціну встановлювати вище.

4. Яке з наступних тверджень щодо монополії невірне:
- а) середній дохід відрізняється від граничного доходу;
  - б) граничний дохід вище ціни продукту;
  - в) граничний дохід дорівнює нулю, коли цінова еластичність попиту дорівнює  $-1$ ;
  - г) граничний дохід знижується при збільшенні обсягу випуску;
  - д) граничний дохід може бути від'ємною величиною?
5. Щоб одержати максимум прибутку, монополіст повинен вибрати такий обсяг випуску, при якому:
- а) граничні витрати дорівнюють ціні продукту;
  - б) граничні витрати дорівнюють загальним витратам;
  - в) граничний дохід дорівнює граничним витратам;
  - г) граничний дохід дорівнює загальним витратам;
  - д) середні витрати дорівнюють ціні продукту.
6. Крива ринкової пропозиції фірми-монополіста:
- а) відповідає відрізку кривої МС, розташованому вище кривої АУС;
  - б) відповідає відрізку кривої МС, розташованому вище кривої АС;
  - в) не існує;
  - г) відповідає відрізку кривої АС, розташованому вище кривої МС;
  - д) абсолютно нееластична.
7. Чому монополіст ніколи не буде виробляти таку кількість продукції, за якої еластичність попиту за ціною буде меншою  $-1$ :
- а) у цьому випадку  $P > MC$ ;
  - б) у цьому випадку  $MC > MC$ ;
  - в) у цьому випадку  $MC < 0$ ;
  - г) у цьому випадку  $P < ATC$ ?
8. Цінова дискримінація — це:
- а) продаж по різних цінах однієї і тієї ж продукції різно-манітним покупцям;
  - б) відмінності в оплаті праці по національності або по статі;
  - в) експлуатація працюючих шляхом установа високіх цін на споживчі товари;
  - г) підвищення ціни на товар більш високої якості;
  - д) усі попередні відповіді хибні.
9. Ринок характеризується великою кількістю продавців і покупців пшениці. Жоден покупець чи продавець не має великого впливу на рівень поточних цін. Йдеться про:
- а) ринок олігополістичної конкуренції;
  - б) ринок монополістичної конкуренції;

в) ринок чистої конкуренції.

10. Велика кількість продавців і покупців, які здійснюють угоди не за єдиною ринковою ціною, а в широкому діапазоні цін, працюють на ринку. Різниця в цінах пояснюється пропозицією різних варіантів товарів, які відрізняються якістю, властивостями, оформленням. Наведені ознаки характерні для:

- а) ринок олігополістичної конкуренції;
- б) ринок монополістичної конкуренції;
- в) ринок чистої конкуренції.

## Тема 6. Державне регулювання та підтримка підприємництва

1. Державне регулювання підприємництва.
2. Державна підтримка підприємництва.
3. Фіскальні та монетарні методи в регулюванні підприємництва.

### 1. Державне регулювання підприємництва

*Державне регулювання підприємництва* - це система правових, організаційних, адміністративних та регулятивно-контролюючих заходів держави, спрямованих на створення сприятливих умов для становлення та розвитку підприємництва (сприятливого підприємницького середовища) і на його підтримку, а також управління державним сектором економіки для забезпечення ефективності та конкурентноздатності національної економіки.

*Принципи державної підприємницької політики* як системи заходів щодо підтримки та розвитку підприємництва:

- о забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист державою усіх суб'єктів господарювання;

- о однакові умови для усіх господарюючих суб'єктів (вільний рух капіталів, товарів та послуг на території України, вільний доступ до ресурсів, кредитів, інформації тощо);

- о свобода підприємницької діяльності у межах, визначених законом;

- о обмеження державним регулюванням економічних процесів у зв'язку з необхідністю забезпечення соціальної спрямованості економіки, добросовісної конкуренції у підприємстві, екологічного захисту населення, захисту прав споживачів та безпеки суспільства і держави;

- о заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у підприємницьку діяльність; захист національного товаровиробника;

- о заохочення підприємництва на основі критеріїв економічної ефективності та соціально-економічної значущості;

- о селективна державна підтримка секторів, галузей і виробництв, які забезпечують розвиток прогресивних процесів та структурних зрушень у національній економіці;

- о стимулювання науково-технічної та інноваційної діяльності; заохочення розвитку експортного потенціалу країни. *Суб'єктами державного регулювання підприємництва в Україні:*

Міністерство економіки (як координуючий макроекономічний орган стратегічного характеру дії); ДК з питань регуляторної політики та

підприємництва (як розробник оперативних питань); Ліцензійна палата, галузеві міністерства і відомства (здійснюють ліцензування видів діяльності); а також Міністерство фінансів, ДПА, ДК стандартизації, метрології та сертифікації, Антимонопольний комітет, ФДМ та їх територіальні представництва, місцеві органи виконавчої влади (держадміністрації, виконавчі органи рад, органи місцевого самоврядування), кожен в межах своєї компетенції і повноважень, наданих їм законом.

**Суб'єктами впливу на підприємництво** є також різноманітні об'єднання підприємців: **торгово-промислові палати** як добровільні об'єднання підприємців та організацій, які формуються з метою сприяння розвитку національної економіки, її інтеграції у світове господарство, а також створення сприятливих умов для підприємницької діяльності в Україні. Торгово-промислова палата є недержавною самоврядною статутною організацією, створеною на засадах членства, що має статус юридичної особи. Держава сприяє торгово-промисловим палатам у виконанні статутних завдань; **організацій роботодавців**, які є самоврядними статутними організаціями, що утворюються на засадах добровільності та рівноправності з метою представництва і захисту законних інтересів роботодавців. Організації роботодавців можуть об'єднуватися у спілки та інші статутні об'єднання роботодавців (**Український союз промисловців та підприємців**; Асоціація сприяння розвитку приватного підприємництва; Спілка орендарів та підприємців України; Спілка малих підприємств України; Міжнародна спілка українських підприємців та інші організації).

**Основними засобами регулюючого впливу держави на діяльність суб'єктів підприємництва**, згідно зі статтею 12 ГК України є:

- о державне замовлення, державне завдання;
- о ліцензування, патентування і квотування;
- о сертифікація та стандартизація;
- о застосування нормативів та лімітів;
- о врегулювання цін і тарифів;
- о надання інвестиційних, податкових та інших пільг;
- о надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

**Механізм державного регулювання підприємництва включає:**

- о систему державного регулювання процесів, що відбуваються у підприємницькому середовищі (роздержавлення і приватизація, конкуренція і монополізм, банкрутство тощо) і які безпосередньо його формують;

- о систему державного регулювання та підтримки підприємництва (безпосередньо як об'єкта регулювання).



Основними *елементами системи державного регулювання процесів, що відбуваються у підприємницькому середовищі* України та безпосередньо впливають на нього (на його формування), є:

*о політика роздержавлення і приватизації;*

*о конкурентна (антимонopolьна) політика;*

*о інститут банкрутства суб'єкта підприємництва.* Розглянемо коротко вищезазначені елементи системи (механізму) державного регулювання підприємництва.

***Політика роздержавлення і приватизації*** - це комплекс економіко-правових відносин та організаційно-правових заходів щодо їх регулювання з метою проведення ринкових реформ, зміни економічної структури і створення структури змішаної економіки, становлення приватного сектора економіки та створення конкурентного середовища для розвитку підприємництва. Роздержавлення і приватизація спрямовані на реформування монополно-державної структури соціально-економічної підсистеми (підсистеми, режиму власності на матеріальні та капітальні ресурси) і трансформування її у багатоукладну, раціональну й ефективну систему власності та господарювання. ***Роздержавлення (зміна форми власності)*** може відбуватися: через демонополізацію і комерціалізацію (роздержавлення в межах державної власності, що супроводжується зняттям підприємств із державного фінансування і переведенням на приватне кредитування); шляхом корпоратизації (акціонування) великих державних підприємств і ***трансформації державної власності у приватну*** зі зміною суб'єкта права власності; а також іншими шляхами і в інших формах. Так, у статті 146 ГК України сказано, що майно єдиного цілісного майнового комплексу державного (комунального) підприємства або його окремих підрозділів, що є єдиними (цілісними) майновими комплексами і виділяються у самостійні підприємства, а також об'єкти незавершеного будівництва та акції (частини, паї), що належать державі у майні інших суб'єктів господарювання, ***можуть*** бути відчужені на користь громадян чи недержавних юридичних осіб і приватизовані цими особами відповідно до приватизаційного законодавства.

***Приватизація державного майна*** - це відчуження майна, що перебуває у державній власності, і майна, що належить Автономній Республіці Крим, на користь фізичних та юридичних осіб, з метою підвищення соціально-економічної ефективності виробництва та залучення коштів на структурну перебудову економіки України (ст. 1 Закону України "Про приватизацію державного майна").

Основними **пріоритетами приватизації** є підвищення ефективності виробництва та мотивації до праці, прискорення структурної перебудови і розвитку економіки України.

**Приватизація державних (комунальних) підприємств** здійснюється не інакше, як на виконання щорічної **Державної програми приватизації**, що визначає цілі, пріоритети та умови приватизації.

**Державна програма приватизації** визначає цілі, пріоритети та умови приватизації, розробляється Фондом державного майна України і затверджується Верховною Радою України законом України щорічно не пізніше як за місяць до затвердження Державного бюджету України, але до початку наступного бюджетного року. **Державна програма приватизації складається** із завдання на перший бюджетний рік і прогнозу на два наступні роки, виходячи із пріоритетів приватизації. Верховна Рада України щорічно заслуховує і затверджує звіт Фонду державного майна України про виконання Державної програми приватизації.

Відчуження майна, що є у комунальній власності, здійснюється органами місцевого самоврядування.

Розглянемо детальніше **способи приватизації**. Так, згідно з чинним законодавством, сьогодні приватизація державного майна може здійснюватися шляхом:

- о продажу об'єктів приватизації на аукціоні, за конкурсом;
- о продажу акцій (часток, паїв), що належать державі у господарських товариствах, на аукціоні, за конкурсом, на фондових біржах й іншими способами, що передбачають загальнодоступність та конкуренцію покупців;
- о продажу на конкурсній основі цілісного майнового комплексу державного підприємства, що приватизується, або контрольного пакета акцій відкритого акціонерного товариства;
- о викупу майна державного підприємства згідно з альтернативним планом приватизації;
- о щодо об'єктів, не проданих на аукціоні, за конкурсом застосовуються неконкурентні способи продажу майна державних підприємств.

Дамо більш детальну характеристику деяким найбільш поширеним способам приватизації в Україні.

**Продаж на аукціоні** - спосіб приватизації, коли власником об'єкта приватизації стає покупець, який запропонував найвищу ціну.

**Продаж за некомерційним конкурсом** - спосіб приватизації, за яким власником об'єкта приватизації стає покупець, який запропонував найліпші умови подальшої експлуатації об'єкта приватизації або за однакових умов - найвищу ціну.

**Продаж за комерційним конкурсом** - спосіб приватизації, за яким власником об'єкта приватизації стає покупець, який за фіксованих початкових умов запропонував найвищу ціну.

**Продаж за конкурсом із відтермінуванням платежу** - спосіб приватизації, за яким власником об'єкта приватизації стає покупець, який на конкурсних засадах здобув право оплати за придбаний об'єкт із відтермінуванням платежу на певний період (3 роки) за умови попереднього внеску певної суми (30 %) його вартості.

**Викуп державного майна, зданого в оренду з викупом** - спосіб приватизації, за яким власником об'єкта приватизації стає орендар відповідно до договору оренди.

**Продаж акцій ПАТ** - спосіб приватизації, за яким власниками акцій державних підприємств, перетворених у ПАТ, на конкурсних засадах стають покупці, які запропонували найвищу ціну за найбільшу кількість акцій після реалізації акцій на пільгових умовах.

**Викуп об'єктів малої приватизації** (до яких належать невеликі підприємства переробної і місцевої промисловості, легкої та харчової промисловості, промисловості будматеріалів, будівництва, торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування населення, деяких видів транспорту тощо) - спосіб приватизації, за яким власником об'єкта стає товариство покупців, створене його працівниками. Їх приватизація також може здійснюватися через аукціон і за конкурсом.

**Викуп державного майна підприємства відповідно до альтернативного плану приватизації** - спосіб приватизації, за яким власником об'єкта приватизації або його частки стає товариство покупців, створене його працівниками, згідно з розробленим товариством покупців планом, що є альтернативним до плану, запропонованого приватизаційною комісією.

Органом державної влади, який контролює приватизаційні процеси в Україні, під керівництвом якого розробляють і виконують програми приватизації, є Фонд державного майна (ФДМ) України та його регіональні відділення і представництва в районах та містах, які утворюють єдину систему державних органів приватизації. ФДМ України є головним органом, який формує і провадить державну політику у сфері приватизації, орендодавцем та продавцем державного майна. ФДМ України підпорядковується КМ України і підзвітний ВР України.

## **2. Державна підтримка підприємництва**

Здійснення державної підтримки підприємництва регламентовано в ГКУ ст.48, відповідно до якої з метою створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва органи влади на умовах і в порядку, передбачених законом виконують таке:

- надають підприємцям земельні ділянки, передають державне майно, необхідне, для здійснення підприємницької діяльності;
- сприяють підприємцям в організації матеріально-технічного забезпечення та інформаційного обслуговування їх діяльності, підготовці кадрів;
- здійснюють первісне облаштування неосвоєних територій об'єктами виробничої і соціальної інфраструктури з продажем або передачею їх підприємцям у визначеному законом порядку;
- стимулюють модернізацію технології, інноваційну діяльність, освоєння підприємцями нових видів продукції та послуг;
- надають підприємцям інші види допомоги.

До того ж, держава має сприяти розвитку малого підприємництва, створюючи для цього необхідні передумови. Для розвитку підприємництва необхідний перехід до ефективного регулювання даного процесу, адекватного сформованим умовам. При цьому слід ураховувати конкретні особливості і можливості, пріоритети цілей соціально-економічного розвитку країни, регіонів і окремих соціально-демографічних груп населення. Сутність державної (урядової) підтримки зводиться найчастіше до опрацювання конкретних заходів за такими напрямками:

- консультаційний супровід процесу створення і функціонування нових підприємницьких структур на початковому етапі;
- надання фінансової підтримки чи визначених пільг (зазвичай в сфері оподаткування) тільки-но створеній структурі;
- надання технічної, науково-технічної чи технологічної допомоги малопотужним у фінансовому відношенні підприємницьким структурам.

Для вітчизняної економіки, що йде тернистим шляхом реформування, завдання розвитку і підтримки підприємництва державою, насамперед малих його форм у виробничій сфері, є одним з найважливіших. Існують різні форми державної підтримки:

- створення системи інформаційного забезпечення, навчання і перепідготовки кадрів, нормативної бази, фінансової інфраструктури тощо;
- надання податкових пільг і послаблення адміністративного тиску;

- створення цільових фондів фінансування з державного і місцевого бюджетів, розвиток закордонної фінансової допомоги на підтримку підприємницьких структур.

В цілому підприємництво поділяється на дві полярні сфери - на державне і приватне підприємництво. Державним підприємництвом є форма здійснення бізнес-процесів від імені підприємства, заснованого державними органами управління, уповноваженими (відповідно до чинного законодавства) на управління державним майном (державне підприємство) чи органами місцевого самоврядування (муніципальне підприємство). Приватним підприємництвом є активна інноваційна діяльність від імені приватного підприємства чи підприємця (якщо така діяльність здійснюється без найму робочої сили, у формі індивідуальної трудової діяльності). Кожен з цих видів підприємництва має характерні ознаки, але основні принципи їх здійснення багато в чому збігаються. В обох випадках підприємницька діяльність передбачає ініціативність, відповідальність, інноваційний підхід, прагнення до максимізації прибутку.

Основна відмінність державного підприємництва від приватного полягає в тому, що його діяльність не спрямована винятково на одержання прибутку, держава прагне до досягнення крім комерційних, певних соціально-економічних цілей.

У державного підприємництва є специфічні потенційні джерела прибутку, обумовлені відносно великими розмірами державних підприємств, авторитетом і економічною міццю держави. У цьому зв'язку на перший план виходять не стільки ризикові моменти, скільки такі фактори, як:

- значні і стабільні обсяги закупівель сировини, комплектуючих матеріалів тощо, які припускають пільгові умови оплати і знижки;
- залучення кредитних ресурсів на особливо вигідних умовах;
- економія на масштабах виробництва;
- широкі можливості одержання нового обладнання, включаючи лізингові угоди;
- стійка мережа ділових зв'язків, доступ до джерел вичерпної інформації про потенційні ринки збуту, партнерів, у тому числі закордонних.

Ці переваги державних комерційних підприємств як суб'єктів ринкових відносин можуть бути основою для зниження їхніх індивідуальних витрат у порівнянні із суспільними і тим самим - для отримання додаткового гарантованого прибутку.

Таким чином, сучасне підприємництво не можна зводити до зусиль ізольованих приватних власників будь-якими засобами збільшити свій капітал. Сьогодні мова йде про висококваліфіковану, інтенсивну діяльність розпорядників інтелектуальної і матеріальної власності.

### 3. Фіскальні та монетарні методи в регулюванні підприємництва

#### Економічні методи ДРЕ

Застосування економічних методів ДРЕ дає змогу створювати економічні умови, які спонукають суб'єктів ринку діяти в необхідному для суспільства напрямі, вирішувати ті чи інші завдання згідно із загальнодержавними та приватними інтересами. Регулювання за допомогою економічних методів дає змогу суб'єктам ринку зберегти право на вільний вибір своєї поведінки.

Економічне регулювання здійснюється інструментами фіскальної, бюджетної, податкової, грошово-кредитної, амортизаційної та інших напрямків державної економічної політики.

Інструментами фіскальної політики є державні закупівлі, які характеризують бюджетні видатки, і податки, які визначають бюджетні доходи. Отже, існує зв'язок між фіскальним, бюджетним та податковим напрямками політики.

Державні закупівлі здійснюються через механізм державних замовлень, який передбачає конкурсний відбір виконавців державних замовлень, укладання контрактів, виробництво продукції (виконання робіт, надання послуг), контроль, оплату продукції. Обсяги державних закупівель обумовлено державними потребами в продукції (роботах, послугах), можливостями державного бюджету забезпечити фінансування та моделлю фіскальної політики. Виділяють стимулюючу (експансіоністську) фіскальну політику, спрямовану на стимулювання виробництва через збільшення державних закупівель, та стримуючу (рестрикційну), спрямовану на отримання виробництва.

У рамках бюджетної політики держава здійснює пряме фінансування установ сектору загального державного управління, фінансування інвестиційних програм, обслуговування державного боргу. Витрати державного бюджету здійснюються також у таких формах, як дотації, субсидії, субвенції.

Податкова політика застосовується для поповнення державних фінансових ресурсів, а також для стимулювання економічного зростання, науково-технічного прогресу, здійснення структурних перетворень, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників. Податкова політика реалізується за двома напрямками — це, по-перше, визначення видів податків і встановлення податкових ставок та, по-друге, надання податкових пільг окремим суб'єктам (особам) з метою впливу на інвестиційний клімат та рівень грошових доходів населення.

Нині в Україні діє понад 30 законів, які регламентують порядок обчислення та сплати різних видів податків. Усього передбачено 24 види загальнодержавних

та 16 видів місцевих податків, зборів і відрахувань. Системний підхід у податковій політиці потребує створення єдиного податкового кодексу, спрямованого на стратегічні орієнтири.

Грошово-кредитне регулювання здійснюється з метою впливу на грошову пропозицію. Для досягнення цієї мети центральний і банк (в Україні — Національний банк України) використовує такі основні інструменти: грошова емісія, операції з державними цінними паперами на відкритому ринку, зміна норми обов'язкових резервів, маніпулювання обліковою ставкою.

Грошова емісія — це комплекс заходів центрального банку стосовно випуску в обіг додаткових грошей, що зумовлює збільшення грошової маси і підвищення ділової активності. Однак надмірна емісія здатна породжувати негативну екстерналію — інфляцію. Емісія належить до інструментів прямого впливу, оскільки емісією держава безпосередньо «втручається» у ринок грошей.

Операції з державними цінними паперами пов'язані з купівлею або продажем державою цінних паперів. Контрагентами держави є комерційні банки, підприємства, населення. Якщо необхідно збільшити пропозицію грошей, центральний банк скуповує цінні папери. Унаслідок цього комерційні банки отримують гроші, збільшують свої резерви і мультиплікативно збільшують грошову пропозицію. Зворотний ефект настає, коли центральний банк починає продавати цінні папери.

Зміна норми обов'язкових резервів веде до таких наслідків. За підвищення резервної норми центральний банк знижує грошовий мультиплікатор і завдяки цьому зменшує приріст грошової пропозиції. За зниження резервної норми зростає грошовий мультиплікатор, що збільшує приріст грошової пропозиції.

Маніпулювання обліковою ставкою дає змогу центральному банкові регулювати попит комерційних банків на позички, а через них — на резерви банківської системи. Облікова ставка — це ціна позички, за якою комерційні банки звертаються до центрального банку з метою збільшення своїх резервів. Вона служить орієнтиром для банківських процентних ставок. Рівень останніх зумовлює рівень попиту на кредити з боку суб'єктів ринку.

Найбільш результативним напрямком амортизаційної політики є механізм прискореної амортизації. Його запровадження дає змогу підприємствам прогресивних галузей економіки вже в перші роки експлуатації машин і устаткування окупити більшу частину їхньої вартості, накопичити в амортизаційному фонді достатню кількість коштів для дальшого інвестування.

#### Пропагандистські методи ДРЕ

Пропагандистські (морально-етичні) методи ДРЕ — це звернення держави до гідності, честі й совісті людини (підприємця, найманого робітника, державного службовця і т. ін.). Вони включають заходи виховання, роз'яснення і

популяризації цілей і змісту регулювання, засоби морального заохочення тощо. Суть цих методів полягає в тому, щоб формувати й підтримувати в людей певні переконання, духовні цінності, моральні позиції, психологічні настанови щодо діяльності держави.

Прикладами використання пропагандистських методів є: орієнтація діяльності суб'єктів ринку на цілі та пріоритети державних макроекономічних планів (програм); заклики державних органів до підприємців, бізнесменів, трудящих, профспілок, політичних партій щодо дотримання ними певної лінії поведінки; політична реклама, зустрічі з виборцями, участь у роботі об'єднань за еконо-мічними інтересами з метою залучення інвестицій, послаблення економічних вимог і т. ін. Ефективність морально-етичних методів залежить від належної організації пропагандистських акцій і міри довіри людей до держави.

### **Тестові завдання**

1. Державне регулювання економіки — це:
  - а) врівноваження попиту і пропозиції на ринку;
  - б) створення правових, економічних і соціальних передумов;
  - в) задоволення потреб національних товаровиробників;
  - г) підтримка інтересів чиновників;
  - д) забезпечення ефективності виробництва.
2. Об'єктами державного регулювання економіки є:
  - а) наймані працівники та службовці;
  - б) профспілки та асоціації;
  - в) сфери економічної діяльності;
  - г) зовнішньоекономічні зв'язки.
3. Фіскальна функція бюджету означає:
  - а) збільшення або зменшення сукупної пропозиції;
  - б) використання податкових пільг;
  - в) створення фінансової бази для функціонування економіки;
  - г) використання державного бюджету для перерозподілу національного доходу;
  - д) збільшення податків і зменшення витрат.
4. Грошово-кредитне регулювання економіки здійснюється шляхом:
  - а) грошової емісії;
  - б) прискореної амортизації;
  - в) операцій з державними цінними паперами;



г) маніпулювання обліковою ставкою і змінювання норми обов'язкових резервів;

д) підвищення заробітної плати і пенсій.

5. До методів державного регулювання підприємницької діяльності у промисловому виробництві належать:

а) регулювання цін на всі види промислової продукції;

б) застосування системи податків і податкових пільг;

в) державні дозволи та контроль за розміщенням промислових підприємств;

г) грошово-кредитне регулювання;

д) матеріально-технічне постачання підприємств.

6. До системи органів, які забезпечують загальні засади державного регулювання фінансової сфери, належать:

а) Національний банк України;

б) Міністерство фінансів України;

в) Верховна Рада України;

г) Кабінет Міністрів України;

д) Президент України.

7. У країні виник дефіцит товарів, зростають ціни. Зазначте, яким заходам державної економічної політики Ви віддаєте перевагу:

а) заморозити ціни, ввести штрафні санкції за їх підвищення;

б) ввести бюджетне субсидування деяких окремих цін з метою їх зниження;

в) стимулювати капіталовкладення у створення нових виробничих потужностей;

г) розпочати випуск дефіцитних товарів на державних підприємствах;

д) зняти кількісні обмеження на імпорт, знизити мито.

8. Політика протекціонізму у міжнародній торгівлі допомагає:

а) збільшити валютні надходження;

б) зменшити вплив негативних тенденцій на національну економіку;

в) захистити національні галузі економіки від іноземної конкуренції;

г) надати іншим країнам статус найбільшого сприяння у взаємній торгівлі;

д) збільшити зайнятість населення.

9. У системі оподаткування головними прямими податками є:

а) податок на прибуток;

б) податок на майно;

в) податок на прибуток підприємств;

г) прибутковий податок з громадян;

д) мито.

10. Основними законодавчими актами, які регулюють ринок праці в Україні, є:

а) Закон України “Про систему оподаткування”;

- б) Закон України “Про інвестиційну діяльність”;
- в) Закон України “Про власність”;
- г) Закон України “Про зайнятість населення”;
- д) Закон України “Про підприємництво”

## Тема 7. Лізинг як вид підприємницької діяльності

### План

1. Характеристика лізингу як підприємницької діяльності.
2. Види, об'єкти та суб'єкти лізингу.
3. Лізингові угоди.
4. Розрахунки за умовами лізингу.
5. Проблеми розвитку лізингу у вітчизняній економіці.

### 1. Характеристика лізингу як підприємницької діяльності

Термін лізинг походить від англійського leasing. У сучасному бізнес-середовищі під лізингом розуміють форму оренди засобів виробництва.

В англійській мові слово лізинг є похідним від іншого слова «lease», яких можна перевести як «оренда». Але між орендою і лізингом все-таки існує різниця. В англійській мові під словом лізинг розуміється сукупність економічних і правових відносин, які виникають у зв'язку з реалізацією договору лізингу.

Лізинг – це майнові взаємини, у яких беруть участь дві особи – з однієї сторони користувач, що звертається до лізингової компанії із проханням оренди і передачі йому в користування необхідного об'єкта, а з іншого боку – лізингодонадавач.

**Лізинг** - це підприємницька діяльність, яка направлена на інвестування власних або залучених фінансових коштів і полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування на певний термін лізингоотримувачу майна, яке є власністю лізингодавця або отримується ним у власність за дорученням і згодою з лізингоотримувачем у відповідного продавця за умови сплати лізингоотримувачем періодичних лізингових платежів.

У підприємства, яке хоче одержати для свого оснащення яке-небудь устаткування, є для цього дві можливості:

1. **Покупка** - за рахунок власних коштів (за наявності необхідної ліквідності) або за рахунок позикових коштів (кредитне фінансування).

2. **Оренда**. В цьому випадку виникає проблема знайти того, хто це устаткування має в своєму розпорядженні і в той же час готовий здати його в оренду, по можливості, на довготривалій основі. Подібна операція може бути пов'язана з великими труднощами, оскільки підприємство, що торгує подібним устаткуванням, орієнтується, як правило, на продаж, а не на оренду своєї продукції. Вихід з цієї ситуації полягає в пошуку того, хто був би готовий купити устаткування на користь третьої особи з тим, щоб здати його в оренду останньому.

Завдання лізингової фірми полягає в тому, щоб купувати вироби, потрібні клієнтам, і здавати їх цим клієнтам в оренду на заздалегідь узгоджений термін за відповідну платню. В результаті лізингоотримувач у кінці узгодженого терміну служби об'єкта лізингової операції звичайно набуває його у власність. Можливе також повернення об'єкта лізингодавцю або продовження терміну дії лізингового договору.

Лізинг набуває широкого поширення і в Україні, багато підприємств, обирають лізинг замість оренди, бо він є більш ефективним ніж звичайна оренда.

У цілому можна сказати, що лізинг є договором особливого роду, в якому поєднуються елементи обох вищезгаданих типів договорів.

Найбільш характерні відмінності між лізингом і схожими формами фінансування - орендою, кредитом покупцю, фінансовим кредитом - полягають у наступному.

При отриманні об'єкта в користування лізингоотримувач приймає на себе обов'язки, пов'язані з правом власності (ризик випадкової загибелі, технічне обслуговування), хоча лізингодавець продовжує залишатися власником об'єкта лізингу. Загибель або неможливість використовувати надалі об'єкт лізингової операції не звільняє лізингоотримувача від обов'язку погашати борг. На відміну від орендаря, лізингоотримувач виплачує лізингодавцю не щомісячну плату за право користування об'єктом, а повну суму амортизаційних відрахувань.

При розрахунку виплат за лізингом враховується купівельна ціна об'єкта, термін, на який укладено лізинговий договір, залишкова вартість і процентна ставка. При розрахунку за оренду розмір виплат значною мірою залежить від ринкової кон'юнктури. При лізингу існує практика отримання об'єкта після закінчення терміну дії договору у власність лізингоотримувача за наперед узгодженою купівельною ціною. При цьому потрібне укладення окремого договору.

При кредиті покупцю фінансуюча установа має право власності на об'єкт, що фінансується, до повного погашення боргу, інакше кажучи, в цей період позичальник не має права перепродувати об'єкт. При виплаті останнього внеску право власності переходить до позичальника.

При лізингу лізингоотримувач завжди може вважатися власником об'єкта, навіть після виплати і закінчення терміну дії договору.

При лізингу і кредиті, що надається покупцю, є істотна відмінність у становищі лізингоотримувача і позичальника відносно до власності на об'єкт.

Позичальник, набуваючи об'єкту у кредит, отримує довічне право користування, яке після сплати всіх належних внесків переходить у право власності.

Лізингоотримувач на період дії договору має не довічне, а виключне право користування.

При покупці у кредит не вимагається уточнення умов використання об'єкта, і весь додатковий прибуток від використання у кредит об'єкта належить позичальнику.

Лізингоотримувач має право на отримання додаткового прибутку тільки тоді, коли про це прямо мовиться в договорі.

З точки зору бухгалтерських розрахунків, позичальник, на відміну від лізингоотримувача, вважається покупцем. Він розглядає свою покупку як власне капіталовкладення і відображає вартість придбання об'єкта у статті «основний капітал» з тією тільки різницею, що виплати проводитимуться в рахунок кредиту і відносяться на балансову статтю витрат.

У цьому відношенні лізингові договори є так званими незавершеними операціями. Об'єкт лізингової операції може зараховуватися на баланс лізингоотримувача з відміткою, що він узятий в лізинг (при фінансовому лізингу), або може залишатися на балансовому рахунку лізингодавця з указівкою, що це майно передане в лізинг, а зараховуватися на позабалансовий рахунок лізингоотримувача з указівкою, що це майно одержане в лізинг (при оперативному лізингу).

## **2. Види, об'єкти та суб'єкти лізингу**

Законом України «Про лізинг» встановлені наступні види лізингу:

**1. Фінансовий лізинг** - це договір лізингу, в результаті укладення якого лізингоотримувач за своїм замовленням одержує в платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на термін, що не менше терміну, протягом якого амортизується 60% вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладення договору.

Сума відшкодування вартості об'єкта лізингу у складі лізингових платежів за період дії договору фінансового лізингу повинна включати не менше 60% вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладення договору. Після закінчення терміну договору фінансового лізингу об'єкт лізингу переходить у власність лізингоотримувача або купується ним за залишковою вартістю.

**2. Оперативний лізинг** - це договір лізингу, в результаті укладення якого лізингоотримувач за своїм замовленням одержує в

платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на термін, що менший від терміну, протягом якого амортизується 90% вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладення договору.

Після закінчення терміну оперативного лізингу він може бути продовжений або об'єкт лізингу підлягає поверненню лізингодавцю і може бути повторно наданий у користування іншому лізингоотримувачу за договором лізингу.

Фінансовий лізинг - найбільш поширений вид лізингу, що передбачає здачу об'єктів в оренду на тривалий термін і повне або майже повне відшкодування їх вартості за період використання. Після закінчення терміну дії договору користувач може придбати майно у власність, відновити угоду на пільгових умовах або припинити відносини. Фінансовий лізинг не передбачає сервісного обслуговування майна лізингодавцем, не допускається дострокового припинення договору.

Фінансовий лізинг має ряд істотних особливостей, що відрізняють його від інших видів (табл. 12.1).

На практиці застосовуються три основних варіанти відносин при покупці-продажу об'єкта лізингу:

1) лізингоотримувач самостійно обирає продавця і предмет лізингу, а лізингодавець тільки оплачує операцію купівлі-продажу і передає право користування лізингоотримувачу;

2) продавець вибирає лізингодавець, тоді він несе відповідальність перед лізингоотримувачем за виконання зобов'язань за договором купівлі-продажу об'єкта лізингу;

3) лізингодавець призначає лізингоотримувача своїм агентом щодо замовлення товару у постачальника.

Оперативний лізинг характеризується тим, що витрати лізингодавця, пов'язані з придбанням майна, що здається в лізинг, не окупаються повністю протягом первинного терміну лізингу.

Оперативний лізинг використовується звичайно в тих випадках, коли лізингоотримувач готовий швидше виплачувати вищі лізингові платежі, ніж нести ризик, пов'язаний з володінням майном. Цей вид лізингу застосовується в тих випадках, коли передбачуваний термін використання устаткування, що орендується, менше терміну фізичного його зносу, а також при використанні устаткування, що вимагає спеціального технічного обслуговування. Оперативний лізинг застосовується, перш за все, відносно устаткування з високими темпами морального старіння (ОТ, прилади й апаратура для наукових досліджень, копіювальні машини, легкові автомобілі та інші транспортні засоби). Характерні особливості оперативного лізингу наведені у табл..2.

**Таблиця 1. Якісні характеристики фінансового лізингу**

| <b>Зміст відносин</b>  | <b>Умови виконання</b>  |
|--|---|
| 1. Вибір об'єкта лізингу і його  | За загальним правилом здійснює лізингоотримувач   |
| 2. Придбання лізингового майна для лізингоотримувача                                     | Купує лізингодавець з повідомленням продавця про передачу майна в лізинг певній особі                       |
| 3. Призначення лізингового майна   | Тільки для підприємницьких цілей  |
| 4. Сума лізингових платежів за період договору   | Становить повну (або близьку до неї) вартість лізингового устаткування в цінах на момент укладення операції |
| 5. Сервісне обслуговування і страхування об'єкта лізингу                                 | Входить до обов'язку лізингоотримувача  |
| 6. Ризик випадкової загибелі, втрати, псування лізингового об'єкта                       | Переходить до лізингоотримувача у момент передачі йому об'єкта лізингу                                      |
| 7. Прискорена амортизація лізингового майна  | Може застосовуватися з повідомленням податкових органів   |
| 8. Відповідальність за виконання продавцем умов договору купівлі-продажу об'єкта лізингу | Лізингодавець не несе відповідальності, крім випадків, коли продавця він вибирає сам                        |
| 9. Тривалість лізингового договору   | Близька до нормативного терміну служби й окупності об'єкта лізингу  |
| 10. Витрати старіння об'єкта операції  | Несе лізингодавець  |
| 11. Право викупу лізингового майна лізингоотримувачем                                    | Може бути передбачено в кінці або до закінчення терміну договору  |
| 12. Предмет лізингу  | Звичайно дорогі об'єкти з тривалим терміном фізичного зносу   |
| 13. Облік об'єкта лізингу  | Зараховується на баланс лізингоотримувача з відміткою, що цей об'єкт узятий у фінансовий лізинг             |

**Таблиця 2. Особливості оперативного лізингу**

| <b>Зміст відносин</b>  | <b>Умови виконання</b>   |
|--|--|
| 1. Термін операції   | Значно коротший за період фізичного зносу об'єкта лізингу  |
| 2. Сервісне обслуговування                                       | Бере на себе лізингодавець   |
| 3. Ставки лізингових платежів                                    | Звичайно високі  |
| 4. Оперативний лізинг застосовується переважно у випадках, коли: | <ul style="list-style-type: none"> <li>• лізингоотримувач не бажає нести ризики щодо володіння майном;</li> <li>• лізингоотримувач не впевнений у своїй тривалій платоспроможності; <ul style="list-style-type: none"> <li>• не вистачає коштів на покупку;</li> </ul> </li> <li>• треба переконатися в правильності вибору об'єкта</li> </ul> |

|   |  |
|---|--|
| 5. Ризик лізингодавця                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• щодо відшкодування вартості майна;</li> <li>• псування або загибелі об'єкта лізингу</li> </ul>  |
| 6. Лізингоотримувач має право                       | Достроково припинити лізинг і повернути майно власнику   |
| 7. Відшкодування первинної вартості об'єкта лізингу | Лізингові платежі не компенсують за один термін оренди   |
| 8. Об'єкт лізингу                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Найчастіше з високими темпами морального старіння;</li> <li>✓ вимагає спеціального технічного обслуговування;</li> <li>✓ після закінчення терміну операції пов'ністю здається в оренду бажаним</li> <li>✓ перебуває на обліку у лізингодавця (вказівкою, що це майно передано в лізинг) і зберігається на балансовий облік</li> </ul> |
| Відносини при поверненні об'єкта лізингу            | У договорі вказується залишкова вартість об'єкта на різні дати. Лізингоотримувач об'єкта лізингу відшкодовує можливу різницю між залишковою і ліквідаційною вартістю об'єкта   |
| 10. Гарантії користування                           | Забезпечити встановлену залишкову вартість об'єкту до закінчення контракту   |

Залежно від сукупних чинників розрізняють наступні форми лізингових операцій, наведені у табл. 12.3.

Таблиця 3. Форми лізингу

| Сукупні чинники здійснення лізингових операцій | Види лізингу   | Примітка   |
|--|--|--|
| 1. Тривалість                                  | 1.1.Короткостроковий<br>1.2.Середньостроковий<br>1.3.Довгостроковий            | 1.1.До 1 року<br>1.2.Від 1 до 3 років<br>1.3.Понад 3 роки  |
| 2. Ступінь окупності                           | 2.1.Фінансовий   | 2.1.Називається також  |
|  | 2.2.Оперативний капітальним  | 2.2.Реалізується часто через пункти прокату  |
| 3. Масштаб ринку                               | 3.1.Національний<br>3.2.Міжнародний, зокрема експортний і імпорتنний           | 3.2. Регулюється Конвенцією Міжнародного інституту з уніфікації приватного права (ЮНІДРУА) з міжнародного фінансового лізингу майна, прийнятою 1988 р. в Оттаві  |
| 4. обсяг обслуговування                        | 4.1. Чистий<br>4.2. 3 частковим набором послуг<br>4.3. 3 повним набором послуг | 4.1. Все обслуговування об'єкта лізингу бере на себе лізингоотримувач<br>4.2. На лізингодавця покладаються лише окремі функції з обслуговування предмета оренди<br>4.3. Ще називають «повним лізингом» |
| 5. Склад учасників                             | 5.1. Прямий  | 5.1. Власник майна самостійно здає його в  |



|   |  |   |
|---|--|---|
|   | (двосторонній)<br>5.2. Поворотний<br>5.3. Непрямий, зокрема:<br>а) тристоронній;<br>б) багатосторонній | оренду<br>5.2. Майно здається в лізинг тій же особі, в якій його було куплено<br>5.3. а) бере участь ще й постачальник<br>б) окрім постачальника, беруть участь і посередницькі фірми |
| 6. Способи фінансування                     | 6.1. За рахунок власних коштів<br>6.2. За рахунок залучених коштів<br>6.3. Роздільний                  | 6.3. Частково фінансується лізингодавцем  |
| 7. Характер платежів:<br>7.1. Форма платежу | 7.1. а) грошові<br>б) компенсаційні<br>в) змішані  | 7.1.б) постачання продукції, виготовленої на узятому в лізинг устаткуванні в наперед узгоджених термінах і обсягах<br>в) поєднуються грошові і компенсаційні форми платежу            |
| 7.2. Метод                                  | 7.2. а) фіксований нарахування<br>б) з авансом   |   |
| 7.3. Періодичність                          | 7.3. а) одноразові внесення<br>б) періодичні   |   |
| 7.4. Спосіб внесення                        | 7.4. а) рівними частками<br>б) частками, що змінюються, зокрема:<br>✓ збільшуються<br>✓ зменшуються    |   |
| 8. Цільове призначення                      | 8.1. Дійсний<br>8.2. Фіктивний (спекулятивний)   | 8.2. Переслідується мета отримання більшого прибутку за рахунок податкових й амортизаційних пільг   |
| 9. Наміри учасників                         | 9.1. Терміновий<br>9.2. Поновлюваний   | 9.1. Одноразовий (на один термін) лізинг<br>9.2. Продовжується після закінчення першого терміну контракту   |

У міжнародній практиці розрізняють три основні види лізингу:

**1. Довгостроковий (фінансовий)** - з наданням устаткування на термін 3-5 років і більше (за деякими видами до 15-20 років), одержав назву «лізинг».

**2. Середньостроковий** - термін від 1 до 5 років, одержав назву «хайринг».

**3. Короткостроковий** - від декількох годин, днів, місяців до одного року, одержав назву «рейтинг».

Форми середньострокового і короткострокового лізингу знайшли вираження в оперативному лізингу.

**Прямий лізинг** має місце в тому випадку, якщо виробник устаткування самостійно здає його в оренду без посередництва лізингової компанії. Для здійснення таких лізингових операцій підприємства-виробники устаткування створюють у своїй структурі спеціальний підрозділ маркетингової служби. Ро-

бота без посередників спрощує механізм операції і знижує витрати на її проведення, дозволяє товаровиробнику одержувати всі економічні переваги від лізингу своєї продукції.

**Непрямий лізинг** - це передача майна в лізинг через посередників. Посередник, він же лізингодавець, спочатку фінансує покупку продукції виробника і поставляє її лізингоотримувачу, а потім періодично одержує лізингові платежі від нього. У непрямому лізингу бере участь як мінімум три особи -постачальник, лізингова компанія і лізингоотримувач. Він може бути і багатостороннім. При такому лізингу в договорі може бути передбачено, що у разі тимчасової неплатоспроможності або банкрутства посередника лізингові платежі повинні надходити до основного лізингодавця. Подібні форми договору на лізинг носять назву «сублізинг».

**Поворотний лізинг** - є різновидом двосторонньої операції. Підприємство (майбутній лізингоотримувач) має устаткування, але йому не вистачає засобів для виробничої діяльності. Тоді підприємство знаходить лізингову компанію і продає їй своє устаткування, а остання, в свою чергу, здає у лізинг устаткування цьому ж підприємству. Не виключена можливість подальшого викупу майна і відновлення права власності на нього. При формі поворотного лізингу в оренду можуть здаватися і цілі підприємства, а постачальник і лізингоотримувач є однією і тією ж особою.

**Лізинг постачальнику** відрізняється від поворотного лізингу тим, що постачальник устаткування хоч і виступає в ролі продавця і лізингоотримувача одночасно, але не є користувачем майна, яке він обов'язкове віддає в сублізинг третій особі. За такою схемою виробники устаткування самостійно займаються фінансовим лізингом, не вдаючись до послуг професійних посередників.

**Компенсаційний лізинг** - передбачає, що в рахунок лізингових платежів лізингоотримувач поставляє лізингодавцю продукцію, що вироблена на орендованому устаткуванні, в обумовлених розмірах.

При **чистому лізингу** - все обслуговування майна бере не себе лізингоотримувач. Ця форма є найбільш поширеною.

**Лізинг з обслуговуванням** - припускає обов'язкове технічне обслуговування устаткування, його ремонт, страхування та інші операції з боку лізингодавця, що входить в орендну платню.

**Роздільний лізинг** або лізинг з додатковим залученням коштів. Це найбільш складний різновид лізингу - коли лізингодавець бере позику у одного або декількох кредиторів, користуючись при цьому всіма податковими пільгами, які розраховуються з повної вартості майна. Позичальник - лізингодавець не є відповідальним перед кредиторами за повернення позики, вона погашається з сум лізингових платежів. Тому лізингодавець оформляє на користь кредитора

заставу на майно з погашення позики і поступається йому правами на отримання лізингових платежів у рахунок погашення позики. Таким чином, основний ризик щодо операції несуть кредитори, а забезпеченням повернення позики служать тільки лізингові платежі та

майно, що здається в лізинг. Лізингодавець, окрім звичайного доходу, одержує винагороду за організацію фінансування.

**Груповий (акціонерний) лізинг** означає, що як лізингодавець виступає група учасників (акціонерів). Вони фондували спеціальну корпорацію і призначають довірену особу, яка здійснює надалі всі необхідні операції щодо лізингових відносин. Застосовується ця форма лізингу при великих операціях (літаки, судна, космічні об'єкти).

**Генеральний лізинг** припускає, що лізингоотримувач у рамках загальної угоди може оформити «лізингову» лінію, за якою він у разі необхідності одержує додаткове устаткування без укладення щоразу нового контракту.

**Револьверний лізинг** або лізинг з послідовною заміною майна використовується в тих випадках, коли лізингоотримувачу за технологією послідовно потрібні різні види устаткування. При цій формі лізингу лізингоотримувач набуває права після закінчення певного терміну обміняти устаткування, що орендується, на інший його вид.

**Міжнародний лізинг** - має декілька модифікацій:

- 1) *прямий експортний лізинг* - зарубіжним партнером є лізингоотримувач;
- 2) *прямий імпорتنний лізинг* - постачальник знаходиться за кордоном;
- 3) *транзитний (непрямий) лізинг* - лізингодавець однієї країни бере кредит або набуває необхідного устаткування в іншій країні і поставляє його лізингоотримувачу, що знаходиться в третій країні.

Лізинг має позитивні і негативні моменти для сторін, що беруть участь у ньому.

*Переваги лізингу для лізингоотримувача* полягають у наступному:

- 1) ризик втрати або пошкодження устаткування, що орендується, лежить на його власнику (лізингодавця), якщо інше не встановлене договором;
- 2) лізинг дозволяє здійснити виробництво без нагромадження капіталу для придбання устаткування у власність;
- 3) обслуговування і ремонт можуть здійснюватися власником;
- 4) лізинг полегшує заміну і модернізацію устаткування, дає можливість лізингоотримувачу використовувати найсучасніше устаткування;
- 5) платежі можуть проводитися не одноразово, а частинами і в узгоджені терміни;
- 6) лізинг кращий для лізингоотримувача і з точки зору оподаткування;
- 7) лізингова платня починає виплачуватися після того, як устаткування

встановлене на підприємстві і досягло відповідної продуктивності. При цьому підприємство починає одержувати прибуток, частину якого можна використовувати для виробництва платежів за оренду.

*Існують такі переваги лізингу для лізингодавця:*

- 1) лізинг - це додатковий інструмент фінансування, що особливо важливо для активізації і різноманітності діяльності, дослідження нових сфер прибуткового вкладення капіталів банків і їх дочірніх організацій;
- 2) ризик знижується порівняно з банківськими позиками, що надаються;
- 3) завдяки тісним контактам з виробниками з'являються нові можливості для розширення ділової співпраці;
- 4) оформлення лізингових операцій - це простіша й оперативніша процедура порівняно з банківським кредитуванням.

*Лізинг також має певні переваги і для постачальника:*

- 1) підприємство одержує додаткові канали збуту своєї продукції;
- 2) розширюється коло споживачів за рахунок тих підприємств, які або не потребують постійного володіння технікою, або не можуть придбати її у власність, або хочуть випробувати техніку на ділі;
- 3) лізинг сприяє встановленню каналу зворотного зв'язку - в ході короткочасного використання виявляються конструкційні недоліки, і вся інформація такого роду передається підприємствам-виробникам для вживання заходів щодо їх усунення;
- 4) при лізингу постачальник форсує темпи оновлення продукції - прискорюється зміна моделей, що дозволяє завоювати ринки;
- 5) з'являється можливість на якийсь час позбавитися невживаного устаткування;
- 6) зручність розрахунку - продавцю не доводиться вдаватися до комерційного кредиту, і він може одержати всю суму безпосередньо після здійснення операції. Лізингова фірма забезпечує 100% фінансування;
- 7) зняття ризику можливого неплатежу;
- 8) лізинг служить засобом ефективної реклами. Потенційні покупці можуть переконатися в можливостях пропонованих машин і устаткування не за рекламними проспектами, а на ділі - в процесі експлуатації;
- 9) постачальник збільшує обсяги продажу за рахунок підвищення попиту на допоміжне устаткування - розширення лізингу може викликати збільшення попиту, а отже, і продажу допоміжного устаткування, приладів, використовуваних при експлуатації машин і устаткування, що реалізується по каналах лізингу.

Разом з позитивними моментами, існують і *негативні сторони лізингу:*

1. Лізинг припускає тимчасове користування майном і не створює право

власності.

2. Лізинг з коротким терміном користування може виявитися економічно не виправданим для лізингоотримувача.

3. Після закінчення терміну лізингу залишкова вартість устаткування повертається власнику.

4. Лізинг може виявитися дорожчим, ніж отримання позикових коштів на купівлю устаткування.

5. Науково-технічний прогрес робить устаткування, машини, техніку застарілими, а орендні платежі не припиняються до кінця лізингового контракту.

### **Об'єкти та суб'єкти**

Об'єктом лізингу може бути будь-яке рухоме і нерухоме майно, що відноситься по класифікації, що діє, до основних засобів, окрім майна, забороненого до вільного звернення на ринку. Залежно від об'єкту лізингу розрізняють лізинг устаткування і лізинг нерухомого майна.

Через високу вартість, складність здійснення, великого терміну підготовки лізинг нерухомого майна навряд чи знайде широке застосування в нашій країні. В першу чергу цікавий лізинг устаткування. Це підтверджується і зарубіжною практикою, де лізингу устаткування припадає на частку основна частина всіх лізингових платежів.

Суб'єктами лізингу є:

власник майна (лізингодатель) - особа, яка спеціально набуває майна для здачі його в тимчасове користування;

користувач майна (лізингополучатель) - особа, одержуюча майно в тимчасове користування;

продавець майна - обличчя, що продає майно, що є об'єктом лізингу.

Лізингодателем може бути юридична особа, що здійснює лізингову діяльність, тобто передачу в лізинг за договором спеціально придбаного для цього майна, або громадянин, що займається підприємницькою діяльністю, що не мають утворення юридичної особи і зареєстрований як індивідуальний підприємець.

Як юридична особа можуть виступати:

банки і інші кредитні установи, в статуті яких передбачена лізингова діяльність (згідно закону "Про банки і банківську діяльність в РФ");

лізингові компанії - фінансові, такі, що спеціалізуються тільки на фінансуванні операції (оплаті майна), або універсальні, такі, що надають не тільки фінансові, але і інші види послуг, пов'язані з реалізацією лізингових операцій, наприклад технічне обслуговування, навчання, консультації і т.п.;

будь-яка фірма, в засновницьких документах якої передбачена лізингова діяльність, що має достатню кількість фінансових коштів.

### 3. Лізингові угоди

При підготовці лізингового договору сторони повинні враховувати, що в існуючій практиці нема єдиних типових лізингових договорів. Однак вони повинні містити в собі такі основні статті, як назву сторін; об'єкт лізингу; термін, на який приймається договір; доставка і прийом в експлуатацію об'єкта лізингу; розмір і порядок виплати лізингових платежів; використання обладнання; умови повернення об'єкта лізингу; умови страхування об'єкта лізингу; права й обов'язки сторін; порядок вирішення суперечок; форс-мажорні обставини; різне; додатки.

При визначенні об'єкта лізингового договору вимагається його чіткий опис, точна назва і вказівка на приналежність. В договорі повинно бути чітко визначено місцезнаходження об'єкта договору. При переміні місця його знаходження потрібна письмова згода лізингової фірми.

В статті про період дії лізингового договору треба вказати термін, на протязі якого договір не можна розірвати. Він, як правило, становить від 40 до 90% терміну користування майном у відповідності до вимог експлуатації. В різних країнах термін дії лізингового договору може бути різним (наприклад, в Австралії він становить до 90% терміну служби обладнання).

Лізинговий договір вступає в силу з дати підписання акту прийому обладнання як об'єкта угоди, зданого в експлуатацію, і діє на протязі встановленого в ньому терміну.

Не пізніше, ніж за місяць до закінчення терміну договору, лізингодавець може запропонувати лізингоодержувачу переговори про форму дальшого користування об'єктом договору. Лізингоодержувач має право або продовжити термін дії договору на тих же чи інших умовах, або купити об'єкт договору по ціні, раніше встановленій в договорі чи по кінцевій вартості.

В статті "Права й обов'язки сторін" лізингового договору передбачаються обов'язки лізингодавця:

- підписати договір купівлі-продажу з фірмою-постачальником на узгоджених комерційних і технічних умовах;
- відправити постачальнику розпорядження про поставку об'єкта угоди.

Лізингоодержувач має право після повідомлення постачальника про готовність об'єкта до поставки оглянути його і перевірити комплектність. Він зобов'язаний підписати протокол прийому після введення об'єкта в експлуатацію. Після підписання даного протоколу лізингодавець звільняється від будь-якої відповідальності перед лізингоодержувачем, оскільки останній сам собі підібрав об'єкт угоди і його постачальника.

Лізингоодержувач повинен:

- 1) прийняти всі права лізингодавця по відношенню до постачальника і звільнити його від усіх зв'язаних з цим витрат;
- 2) провести прийом об'єкта лізингової угоди, здійснити за свій рахунок монтаж і введення обладнання в експлуатацію;
- 3) при виявленні недоліків, їх перелік вказується в протоколі приймання і повідомляється лізингодавцю, який повинен вимагати від постачальника їх усунення.

Лізингоодержувач проводить за свій рахунок технічне обслуговування обладнання і необхідний ремонт, виплачує всі податки, що сплачуються в країні відповідно до лізингового контракту.

В статті "Лізингові платежі" вказується їх склад, розмір, спосіб, форма і періодичність виплат, а також метод визначення лізингових платежів за згодою сторін.

#### 4. Розрахунки за умовами лізингу

Лізингові платежі являють собою виплати лізингодавцю, що проводяться лізингоодержувачем за надане йому право користування майном.

До складу лізингових входять такі платежі: ті, що повертають повну (чи близьку до неї) вартість майна; виплачувані лізингодавцю для погашення проценту за кредит для придбання майна: комісійна винагорода лізингодавцю; страхові платежі відповідно договору страхування майна, якщо воно застраховане лізингодавцем; за додаткові послуги лізингодавця; податки на власників транспортних засобів і т.д.

За формою лізингові платежі можуть бути грошовими, компенсаційними (продукцією або послугами), змішані. За періодичністю виплат - щорічними, піврічними, квартальними, щомісячними.

Загальна сума лізингових платежів складається з кількості платежів, кожен із яких враховує виплату вартості майна (амортизаційні відрахування) і відсотків з несплаченої вартості лізингового майна.

Лізингові платежі не являються постійною величиною. Чим швидше буде погашатися сума лізингового майна (шляхом авансу), тим менше будуть нараховуватися відсотки на вартість, що залишилася.

Розрахунок лізингових платежів дає можливість оцінити доцільність лізингового проекту.

При проведенні операції важливо точно визначити розміри лізингових платежів з урахуванням реалізації різних форм оренди.

**Орендна плата** в умовах лізингу в загальному вигляді визначається за формулою:

$$\Pi = \frac{Ц + R + N + S}{n}, \quad (12.1)$$

де  $Ц$  - сума купівельної ціни об'єкта лізингу;  $R$  - відсотки з урахуванням комісійних за лізингові послуги;  $N$  - податки;  $S$  - страховий внесок;  $n$  - кількість виплат за термін оренди, од.

На практиці розрахунок лізингових платежів здійснюється з використанням різних підходів і варіантів. Згідно з одним із них розрахунок загальної суми лізингових платежів (ЛП) може бути виконаний за наступною формулою:

$$ЛП = АВ + ПК + КВ + ДП + ПДВ, \quad (12.2)$$

де  $АВ$  - величина амортизаційних відрахувань, що належать лізингодавцю в поточному році;  $ПК$  - плата за використовувані кредитні ресурси лізингодавцем на придбання майна - об'єкт лізингу;  $КВ$  - комісійна винагорода лізингодавцю за надання майна за договором лізингу;  $ДП$  - плата лізингодавцю за додаткові послуги лізингоотримувачу, передбачені договором лізингу;  $ПДВ$  - податок на додану вартість, що сплачується лізингоотримувачем за послугами лізингодавця.

Амортизаційні відрахування розраховуються за формулою:

$$АВ = \frac{БВ \times H_A}{100}, \quad (12.3)$$

де  $БВ$  - балансова вартість майна;  $H_A$  - норма амортизаційних відрахувань, %.

Плата за використовувані кредитні ресурси розраховується за формулою:

$$ПК = \frac{КР \times СТК}{100}, \quad (12.4)$$

де  $КР$  - величина кредитних ресурсів, що залучаються для лізингової операції;  $СТК$  - ставка за кредит % річних.

При цьому мається на увазі, що платня за використовувані кредитні ресурси в кожному розрахунковому році співвідноситься з середньорічною сумою непогашеного кредиту цього року або середньорічною залишковою вартістю майна - предмета договору:

$$КР_t = \frac{R_n \times (ЗВ_n + ЗВ_k)}{2}, \quad (12.5)$$

де  $КР_t$  - кредитні ресурси, використовувані на придбання майна, плата за які здійснюється в розрахунковому році;  $ЗВ_n$  і  $ЗВ_k$  - розрахункова залишкова вартість майна відповідно на початок і кінець року;  $K_n$  - коефіцієнт, що враховує частку позикових коштів у загальній вартості майна, яке купують.

Якщо для придбання майна використовуються тільки позикові кошти,  $R_n = 1$ .

Комісійна винагорода лізингодавцю може встановлюватися за угодою сторін у відсотках:

- 1) від балансової вартості майна - предмет договору;
- 2) від середньорічної залишкової вартості майна. Відповідно до цього розрахунок комісійної винагороди здійснюється за формулами:



Розрахунок розміру щоквартального лізингового внеску ( $ЛВ_K$ ) здійснюється за формулою:

У практиці господарювання лізингових компаній досить часто використовують для розрахунку лізингових платежів ( $P$ ) наступну формулу щорічних платежів за конкретною позицією:

$$KB = p \times BB, \quad (12.6)$$

або

$$KB = \frac{(3B_{\Pi} + 3B_K)}{2} \times \frac{CT_B}{100}, \quad (12.7)$$

де  $p$  - ставка комісійної винагороди, % річних;  $BB$  - балансова вартість майна;  $CT_B$  - ставка комісійної винагороди, %.

Плата за додаткові послуги лізингодавця ( $ДП$ ), передбачені договором лізингу в розрахунковому році, розраховується за формулою:

$$ДП = \frac{P_1 + P_2 + \dots + P_n}{T}, \quad (12.8)$$

де  $P_n$  - витрата лізингодавця на кожну передбачену договором послугу;  $T$  - термін договору.

Розрахунок податку на додану вартість, що сплачується лізингодавцем по послугах договору лізингу, визначається за формулою:

$$ПДВ = \frac{B_t \times CT_{\Pi}}{100}, \quad (12.9)$$

де  $CT_{\Pi}$  - ставка ПДВ, %;  $B_t$  - сума виручки. Сума виручки включає:

$$B_t = AB + ПК + KB + ДП, \quad (12.10)$$

Розрахунок щорічних лізингових внесків ( $ЛВ_P$ ) за умови їх сплати рівними частками здійснюється за формулою:

$$ЛВ_P = ЛП : T. \quad (12.11)$$

Розрахунок розміру щоквартального лізингового внеску ( $ЛВ_K$ ) здійснюється за формулою:

$$ЛВ_K = ЛП : T : 4. \quad (12.12)$$

У практиці господарювання лізингових компаній досить часто використовують для розрахунку лізингових платежів ( $P$ ) наступну формулу щорічних платежів за конкретною позицією:

$$P = A \times \frac{I : T}{1 - 1/(1 + I : T)^T}, \quad (12.13)$$

де  $A$  - сума договору на лізинг;  $\Pi$  - термін дії лізингу, років;  $T$  - періодичність платежів (наприклад, при місячній виплаті -12; квартальній - 4,

піврічній - 2, річній - 1);  $I$  - процентна ставка банку (у вигляді десяткового дробу).

## **5. Проблеми розвитку лізингу у вітчизняній економіці**

На сьогодні загальний річний обсяг лізингових угод у світі становить приблизно 512 млрд дол. США. Лізинг посідає важливе місце в економіці багатьох країн і є ознакою їхнього прогресивного розвитку. На багатьох розвинених ринках, таких як Сполучені Штати, лізинг є найбільшим джерелом зовнішнього фінансування, за допомогою якого придбаваються близько 50 % техніки. У країнах Чехії, Естонії, Угорщини оновлення основних фондів підприємства на 30-40 % відбувається за рахунок лізингу [

Серед договорів фінансового лізингу переважають угоди в галузі транспорту, сільського господарства, будівництва. Причому, наразі дані галузі вважаються ризикованими для інвестування, що пов'язане з падінням попиту і цін на дану продукцію; Найбільшим попитом серед предметів лізингу користується транспорт (49,4%), сільськогосподарська техніка (11,5%), комп'ютерна техніка та телекомунікаційне обладнання (5,48%) [6]. Якщо розглядати придбані для операцій фінансового лізингу за звітний період об'єкти лізингу за групами основних фондів, то найбільшою популярністю користуються предмети 2 та 3 групи основних засобів (за 2-й квартал 2009 р.: 99,25%; у вартісному виразі 4 418 490,54 грн.) куди відноситься транспорт, обладнання, техніка, машини, устаткування. У зв'язку з тим, що лізингові операції з нерухомістю відсутні (криза на ринку будівництва, падіння попиту на нерухомість та відповідно цін, відсутністю платоспроможних споживачів на даний час), частка 1 групи нульова.

Основними джерелами фінансування лізингових операцій в поточному році є банківські кредити (41,82%), власні кошти (35,61%) лізингових компаній, позичкові кошти юридичних осіб (22,15%), причому слід зауважити стрімке зростання їх питомої ваги в порівнянні з аналогічним періодом минулого року.

### **Тестові завдання**

1. Схема об'єднання підприємств, що працюють у системі взаємовигідних партнерських відносин, при яких відбувається передача на платній основі торгової марки, технології або лінії виробництва, називається:

- а) лізингом;
- б) факторингом;
- в) франчайзингом;

г) опціоном.

2. Об'єктом лізингу можуть бути:

- а) машини та обладнання;
- б) транспортні засоби;
- в) засоби обчислювальної техніки;
- г) виробничі будівлі та споруди;
- д) земельні ділянки та інші природні об'єкти;
- е) об'єкти оренди державного майна.

3. Лізинговий кредит - це:

- а) надання суб'єктами господарювання взаємного кредиту у вигляді відстрочки платежу за продані товари й надані послуги;
- б) надання суб'єктами господарювання взаємної відстрочки платежів за товарно-матеріальні цінності;
- в) взаємна передача суб'єктами господарювання матеріальних цінностей на умовах оренди;
- г) надання банком кредиту на умовах відстрочки платежу;
- д) правильної відповіді немає.

4. Як визначається договір лізингу, у результаті укладення якого лізингоотримувач на своє замовлення отримує у платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на строк, менший строку, за який амортизується 90 % вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладення договору:

- а) фінансовий лізинг;
- б) оперативний лізинг;
- в) пайовий лізинг;
- г) зворотний лізинг?

5. Як визначається договір лізингу, у результаті укладання якого лізингоотримувач на своє замовлення отримує в платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на строк, не менший строку, за який амортизується 60 % вартості об'єкта лізингу, визначеної в день укладання договору:

- а) оперативний лізинг;
- б) пайовий лізинг;
- в) фінансовий лізинг;
- г) зворотний лізинг?

6. Як визначається договір лізингу, який передбачає купівлю лізингодавцем майна у власника і передачу цього майна йому у лізинг:

- а) пайовий лізинг;
- б) зворотний лізинг;
- в) міжнародний лізинг?

7. Як визначається здійснення лізингу на основі укладення багатостороннього договору та залучення одного або кількох кредиторів, які беруть участь у здійсненні лізингу, інвестуючи свої кошти:

- а) зворотний лізинг;
- б) міжнародний лізинг;
- в) пайовий лізинг?

8. Суб'єкт підприємницької діяльності, у тому числі банківська або небанківська фінансова установа, який передає в користування об'єкти лізингу за договором лізингу, — це:

- а) лізингоотримувач;
- б) лізингодавець;
- в) посередник.

9. Суб'єкт підприємницької діяльності, що одержує в користування об'єкти лізингу за договором лізингу, — це:

- а) лізингоотримувач;
- б) лізингодавець;
- в) посередник.

## **Тема 8. Бізнес-план підприємства. Зміст, технологія розробки і реалізація**

### **План**

1. Суть та призначення бізнес-плану.
2. Загальна методологія розробки бізнес-плану.
3. Основні розділи бізнес-плану.
4. Оцінка якості бізнес-плану.

### **1. Суть та призначення бізнес-плану**

Бізнес-план – ретельно підготовлений документ, котрий розкриває всі сторони будь-якого запроєктованого комерційного заходу. Він дозволяє передбачати не лише всі заходи для реалізації нової ідеї, а й визначити необхідне фінансове забезпечення та можливість одержання доходу (прибутку). Практично його можна вважати формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення нової підприємницької ідеї.

За сучасних умов господарювання бізнес-план практично є робочим інструментом, що використовується в усіх сферах підприємництва. Його бажано розробити у разі організації нової фірми; об'єднання існуючих підприємств і створення на базі цього інтегрованого організаційно-правового утворення; трансформації власності; започаткування зовнішньоекономічної діяльності.

До основних завдань розробки бізнес-плану належать:

оцінка новизни і прогресивності підприємницької ідеї, її сильних та слабких сторін;

визначення витрат, фінансових ресурсів і джерел фінансування;

обґрунтування і вибір стратегії діяльності фірми, визначення концепції її розвитку в період реалізації підприємницької ідеї;

оцінка кон'юнктури ринку та рівня конкуренції; визначення ступеня можливого господарського ризику;

пошук надійних партнерів для розробки й реалізації інноваційно-інвестиційного проекту;

прогнозування (приблизні розрахунки) очікуваних результатів реалізації нової підприємницької ідеї в перші та наступні три-п'ять років.

Щодо конкретних умов господарювання в Україні бізнес-план має замінити за змістом та призначенням застосовуване раніше техніко-економічне обґрунтування доцільності розробки і реалізації будь-якого проекту.

У зв'язку з тим, що бізнес-план відбиває результати досліджень і організаційної роботи з метою обґрунтування конкретного напрямку діяльності

фірми на певному ринку в сучасних умовах господарювання, він має спиратися на:

- конкретний проект виробництва певного товару (продукту чи послуг);
- всебічний аналіз виробничо-господарської діяльності фірми (ситуаційний аналіз);

- глибокий аналіз ринково-конкурентної ситуації і можливих прогнозованих її змін;

- результати вивчення найбільш дієвих організаційних, техніко-економічних та фінансових важелів, застосовуваних у підприємстві; конкретних завдань інноваційного характеру;

- діагностику і прогнозування зовнішньої та внутрішньої політичної ситуації.

Звичайно бізнес-план є одним із сукупності ділових документів, що визначають стратегію розвитку фірми. Особливістю бізнес-плану як стратегічно зорієнтованого документа треба вважати узгодження поставлених завдань і реальних фінансових можливостей.

Добре розроблений та обґрунтований бізнес-план є важливим підґрунтям так званої бізнес-пропозиції, використовується у процесі переговорів з партнерами; він відіграє неабияку роль у підборі на роботу кваліфікованих фахівців; його обов'язково використовують задля залучення надійних інвесторів і кредиторів.

### **Кому потрібен бізнес-план?**

Жодна кредитна установа не буде розмовляти з підприємцем, який замість серйозних досліджень і розрахунків надасть їй твір на тему "Ким я хочу бути". Такий фінансовий документ необхідний, коли людина хоче позичити кошти, щоб започаткувати власну справу, чи хоче її розширити. Крім того, жоден інвестор не наважиться щось вкладати у підприємство, якщо не бачить реальної картини того, що на ньому відбувається зараз. Але, все-таки, найбільше бізнес-план потрібен самому підприємцю, – щоб проаналізувати свої ідеї, перевірити їх доцільність та реальність.

До слова сказати, бізнес-план також вимагають на біржі праці (центрах зайнятості) у тих, хто хоче отримати одноразову допомогу з безробіття для початку власної справи.

### **Яким він має бути?**

Насамперед бізнес-план має відповідати на питання: чи варто вкладати кошти в задуману справу і чи дасть вона прибуток, який виправдає зусилля та витрачені кошти?

Обсяг цієї інформації постійно збільшується, тому доцільно мати два види одного бізнес-плану: офіційний і повсякденний варіант, – радять фахівці тих же

центрів зайнятості. Останній варіант – для робочої інформації, яка допомагає керівнику організовувати щоденну діяльність фірми.

Найважливіше, щоб бізнес-план виглядав професійно. Адже він репрезентує підприємця і його бізнес. Тому частенько його оцінюють не лише за змістом, а й за "зовнішнім виглядом".

Це аж ніяк не означає, що документ мусить бути складним, перевантаженим великою кількістю матеріалу чи "запакованим" в обкладинку з крокодилячої шкіри. Бізнес-план має викликати довіру, важливо також, щоб цей документ було приємно тримати в руках. Скласти його треба так, щоб кожен зміг легко у ньому відшукати потрібний розділ. На першій сторінці варто написати зміст. А таблиці та графіки сприятимуть повнішому сприйманню інформації, однак старайтеся робити їх простими.

## **2. Загальна методологія розробки бізнес-плану**

Запорукою успіху підприємницької діяльності є успішний початок справи. Процес складання бізнес-плану є специфічним у кожному конкретному випадку. Тому практично неможливо дати якусь універсальну (стандартну) схему його розробки.

Найбільш складною є процедура опрацювання бізнес-плану для започаткування нового бізнесу. Узагальнення підприємницького досвіду дає змогу виділити в процесі розробки такого бізнес-плану три стадії: початкову; підготовчу; основну.

Якщо йдеться про розробку бізнес-плану для розширення вже наявного бізнесу, то необхідність у початковій стадії відпадає. обґрунтовуючи проект удосконалення діяльності підприємства, теж можна обмежитися лише основною стадією.

Розглянемо докладніше кожен зі стадій розробки бізнес-плану.

Початкова стадія. Опрацювання бізнес-плану для заснування нового бізнесу починається з розробки концепції, тобто тих принципових рішень, які закладаються в його основу. У межах роботи над концепцією майбутнього бізнесу:

- здійснюється пошук підприємницької ідеї;
- вибирається сфера діяльності;
- обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу;
- приймається рішення щодо способу започаткування бізнесу.

найвідповідальнішим етапом, від якого багато в чому залежать усі інші рішення щодо створення бізнесу, є пошук ідеї майбутнього бізнесу. Джерелами таких ідей найчастіше бувають: вивчення запитів і побажань споживачів;

критичний аналіз товарів, які випускають інші фірми; бесіди з продавцями торговельних закладів; вивчення технічної літератури та патентної інформації; результати власних досліджень і розробок. Для пошуку підприємницьких ідей використовуються різноманітні методи («мозкового штурму», конференції ідей, «колективного блокнота», контрольних запитань, фокальних об'єктів тощо).

Вибір сфери підприємницької діяльності (виробництво, оптова торгівля, роздрібна торгівля, послуги, будівництво, фінансова діяльність тощо) здійснюється з урахуванням:

- суті та спрямованості самої ідеї майбутнього бізнесу;

- особистих факторів (власний практичний досвід та потенціал, наявність відповідної освіти та знань, відповідність сфери бізнесу інтересам і вподобанням самого підприємця);

- зовнішніх факторів (реальна економічна ситуація, законодавчо заборонені сфери й види діяльності, необхідність ліцензування діяльності, державні пріоритети в розвитку окремих галузей, сучасні й майбутні потреби споживачів, ступінь конкуренції в галузі, стадії життєвого циклу виробів, наявність необхідних ресурсів, інші специфічні зовнішні фактори).

Будь-яка підприємницька діяльність здійснюється в межах певної організаційної форми. Процедура вибору організаційно-правової форми бізнесу передбачає:

- визначення форм організації бізнесу;

- визначення особливостей, переваг і недоліків кожної з цих форм;

- визначення критеріїв вибору форми організації бізнесу (ступінь відповідальності, ситуація з податками, обсяг фінансових потреб для започаткування бізнесу, ступінь контролю за фірмою, можливість залучення інших власників, наявність управлінських здібностей у підприємця, можливість зростання бізнесу в майбутньому чи простота його ліквідації);

- безпосередній вибір форми організації бізнесу

До основних питань опрацювання концепції майбутнього бізнесу належить також вибір способу започаткування бізнесу. Традиційно розглядають три основні способи започаткування бізнесу:

- створення нового підприємства «з нуля»;

- придбання фірми, що вже існує;

- придбання франшизи, тобто ліцензії, яка надає підприємцеві (фірмі) право на продаж (виробництво, здійснення певної діяльності) товарів чи послуг великої фірми, яка вже добре відома споживачам.

Крім того, існують кілька нетрадиційних способів започаткування бізнесу, до яких, зокрема, належать:



прямий маркетинг (сукупність операцій, за допомогою яких продавець доводить товари та послуги до покупців, спрямовуючи свої зусилля на заздалегідь визначену аудиторію та використовуючи один або більше засобів інформації та комунікації з метою отримання замовлення по телефону, поштою або внаслідок персонального візиту до клієнта);

започаткування бізнесу виходом зі складу якоїсь великої компанії;

пересувна торгівля;

надомний бізнес.

### **Підготовча стадія**

Наявність концепції власного діла ставить перед підприємцем велику кількість цілком конкретних запитань. Чим його бізнес відрізнятиметься від бізнесу конкурентів? Що сприятиме або заважатиме його становленню та розвитку? На які конкурентні переваги слід орієнтуватися? Якими мають бути програма дій та пріоритети діяльності майбутнього бізнесу? Отримати відповіді на них — це завдання підготовчої стадії розробки бізнес-плану.

Відтак на підготовчій стадії:

збирається та аналізується маркетингова, виробнича, фінансова й загальноекономічна інформація про майбутній бізнес (процес формування інформаційного поля бізнес-плану). Що більше інформації буде зібрано, то більш обґрунтованими будуть наступні розрахунки;

з'ясовуються сприятливі можливості та загрози розвитку бізнесу в зовнішньому середовищі. Для вивчення факторів зовнішнього середовища всю їх сукупність, як правило, поділяють на три групи: загальноекономічні фактори; галузеві фактори; конкуренти;

оцінюються сильні та слабкі сторони фірми. Сильні сторони фірми — це її особливі, унікальні або принаймні оригінальні способи конкурентної боротьби. Слабкі сторони — це те, в чому фірма відстає від конкурентів;

визначається місія фірми, тобто головне призначення, специфічна роль, особливий шлях у бізнес і, що відрізнятимуть її від конкурентів;

формулюються конкретні цілі діяльності фірми, тобто чітко визначається те, чого фірма хоче досягти за певний проміжок часу;

аналізуються стратегічні альтернативи та вибирається стратегія діяльності фірми. Вибираючи стратегію, підприємець, як правило, орієнтується на одну з можливих типових стратегій бізнесу: контролю за витратами; диференціації; фокусування.

**Основна стадія** — це безпосереднє опрацювання бізнес-плану. Головна мета цієї стадії — довести економічну доцільність створення даного бізнесу, переконливо показати, як саме гроші чи інші ресурси потенційного інвестора забезпечать йому очікуваний зиск. Інвестор має побачити прибуток не після, а до

того, як вкладе гроші в запропонований проект. Звичайно, зробити це можна за допомогою ретельно підготовленого бізнес-плану. При цьому сформульовані на початковій і підготовчій стадіях концепція, місія, цілі та стратегія майбутнього бізнесу створюють «каркас» бізнес-плану, визначають його спрямованість, логіку побудови і зміст відповідних розділів.

### **3. Основні розділи бізнес-плану**

Типовими розділами бізнес-плану є:

Резюме. Повідомлення про наміри: короткий огляд бізнес-проекту, його ключових і важливих проектів;

Галузь, форма та її продукція: поточна ситуація і тенденції розвитку галузі, опис продукту, стратегія фірми, права власності.

Дослідження ринку: характеристика ринку продукту, цільовий ринок бізнесу, місцезнаходження фірми, оцінка впливу чинників.

Маркетинг-план: стратегія маркетингу, очікувані обсяги продажу.

Виробничий план: основні виробничі операції, машини та устаткування, приміщення, сировина, матеріали, комплектуючі вироби.

Організаційний план: форма організації бізнесу, потреба в персоналі, власники бізнесу, менеджери, організація управління, кадрова політика.

Оцінка ризиків: типи можливих ризиків, способи реагування на загрози для бізнесу.

Фінансовий план: прибуток і збитки, план руху готівки, плановий баланс, фінансові коефіцієнти.

Визначення місії, цілей та завдань підприємства.

Перш ніж розпочати безпосередньо опрацьовувати окремі розділи бізнес-плану, слід визначитись з тим, яким вбачається майбутнє підприємства його власникам, менеджерам, фахівцям.

Яким чином буде просуватись підприємство до прогнозованого майбутнього, визначає місія підприємства, формулюючи яку слід дати відповіді на певні запитання в межах таких розділів:

Споживачі. Хто є споживачами продукції (послуг) підприємства сьогодні і кого бачать в цій якості в майбутньому?

Продукція (послуги) Яка продукція є основною для підприємства?

Ринки. На яких ринках реалізує свою продукцію підприємство?

Технологія. Яка технологія для підприємства є основною?

Зростання і дохідність. Які підприємство має зобов'язання щодо досягнення певних економічних цілей?

Філософія. Якими є основні цінності, спрямування, пріоритети підприємства?

«Самооцінка». Які сильні сторони має підприємство, конкурентні та технологічні переваги?

Працівники. Якої позиції дотримується підприємство у відносинах з працівниками?

### **Маркетинговий план**

Визначені підприємством бачення його майбутнього розвитку, місія, цілі та завдання є підставою для підготовки маркетингового плану, який потенційні інвестори та кредитори розглядають як “критичну” умову успіху підприємства. Розробленню маркетингового плану повинно передувати проведення всебічного маркетингового аналізу за такими напрямками:

визначення ринку. В цьому розділі проводиться детальний аналіз сучасного і перспективного стану розвитку галузі, в якій працює підприємство, сегментів ринку, на яких реалізується продукція або послуги, що пропонуються підприємством, оцінюються сильні та слабкі сторони головних його конкурентів, досліджуються нові можливості щодо реалізації продукції або послуг підприємства,

визначення споживачів. В цьому розділі має бути ідентифікована група споживачів продукції (послуг), які пропонуються підприємством, проведено аналіз та оцінку на майбутнє демографічної ситуації, а також економічних факторів, що зумовлюють певні дії споживачів, їх стиль життя, уподобання тощо,

аналіз конкуренції. В цьому розділі слід оцінити конкурентоспроможність продукції (послуг), які пропонуються підприємством, а також визначити конкурентні переваги як продукції (послуг) підприємств-конкурентів, так і них самих.

Маркетинговий план підприємства має включати розділи, в яких розглядаються:

маркетингова стратегія, що визначає, на якому ринку, в яких його сегментах буде працювати підприємство, яким очікується життєвий цикл продуктів (послуг), що пропонуються підприємством,

стратегія продажів, яка показує, як споживачами сприймається підприємство і його продукція (послуги) порівняно з продукцією конкурентів, а також визначає, яким чином слід “будувати” ціни на продукцію (послуги) підприємства, вибирати методи здійснення продажів,

канали збуту, де відображаються шляхи збуту продукції (послуг),

реклама і просування на ринок, де висвітлюються методи здійснення реклами і просування продукції (послуг), які передбачає застосувати підприємство, а також наводиться бюджет щодо реалізації рекламних заходів,

зв'язки з громадськістю, де зазначаються шляхи та засоби, завдяки яким громадськість може бути поінформована про продукцію (послуги), що пропонуються підприємством.

Підприємство має запровадити постійне спостереження за виконанням маркетингового плану, передбачаючи можливість його коригування щомісяця і навіть щотижня.

### **Виробничий план**

Виробничий план має показати, яким чином підприємство передбачає виробляти продукцію (послуги), яке обладнання, технологічні процеси мають бути застосовані, яка сировина, матеріали та комплектуючі повинні використовуватись, які підприємства і на яких умовах будуть його головними постачальниками, а також які вимоги висуваються щодо кваліфікації робочої сили (за категоріями). Потрібно також визначити потреби підприємства у виробничих площах, вказуючи на те, на яких засадах (правових та фінансових) тощо. На підставі даної інформації можуть бути обчислені витрати, які пов'язані з виробництвом продукції (наданням послуг) підприємством. Доцільно також показати, на яких умовах передбачається здійснювати транспортування продукції, а також якими є післяреалізаційні гарантії для споживачів- порядок проведення обслуговування та ремонту в процесі експлуатації.

Зовнішні щодо підприємства групи, зокрема інвестори та кредитори, зацікавлені в "стратегічних" елементах виробничого плану перш за все таких, як існуючий і такий, що планується, ступінь використання виробничих потужностей, яку планують, стан інфраструктури, технічні і технологічні можливості. Для інвесторів дуже важливо оцінити потребу в новому капіталі, що є необхідним для підтримання довгострокового зростання підприємства, і впевнитися в достатній гнучкості підприємства щодо освоєння нових прибуткових ринків і виходу зі старих за умов, що вони стають неприбутковими.

З точки зору "внутрішньої" сфери використання виробничий план відіграє дуже важливу роль у тому розумінні, що він дає своєрідну основу для управління виробничою та фінансовою діяльністю підприємства. Саме дані, що забезпечують виробничий план, визначають потреби підприємства як в робочій силі, обладнанні, сировині, матеріалах, так і в коштах.

Як складова виробничого плану можуть розглядатися дослідницькі розробки підприємства. Питання, які мають бути тут висвітлені, такі:

опис сучасного стану процесу розроблення та впровадження нових видів продукції (послуг),

оцінка необхідного обсягу робіт для завершення процесу розроблення, де обов'язково має бути наведена інформація щодо кількості та кваліфікації персоналу, типу обладнання, а також обсягу витрат та джерел їх фінансування.

### **Організаційний план**

Організаційний план повинен включати аналіз правової, політичної, адміністративної ситуації, в рамках якої працює підприємство, а також прогноз її розвитку на майбутнє. Він також обов'язково має містити інформацію відносно того, якими є нинішня форма власності та організаційно-правова форма господарювання, що застосовується на даному підприємстві, а також щодо того, які зміни в ній плануються.

Організаційна структура має містити аналіз керівного складу підприємства за функціями або підрозділами за певний час, а також нести інформацію щодо основних етапів їх трудової діяльності, освіти, зобов'язань і відповідальності, порядку заохочення, що застосовується. Доцільно навести схему організаційної структури підприємства з позначеними рівнями повноважень і відповідальності його керівників.

У цьому розділі також дається опис рядового персоналу з вказівкою на те, які фахівці потрібні, рівень їх заробітної плати, сфери відповідальності. Це дасть змогу краще планувати кадрову політику, оцінити чутливість бізнес-плану до проблеми наймання ключових співробітників.

### **Фінансовий план**

Він передбачає запропонувати зовнішнім щодо підприємства групам так звану фінансову історію підприємства, тобто надати узагальнену інформацію щодо підприємства з моменту його виникнення і до теперішнього часу. У ньому повинні міститись такі документи фінансової звітності підприємства за останні 5 років, як

звіт про прибутки та збитки (звіт про фінансові результати та їх використання),

балансовий звіт,

звіт про зміни фінансового стану (обіг готівки).

Невід'ємною складовою фінансового плану виступають прогнози вищенаведених документів фінансової звітності, які, як правило, готуються на 5 років, при цьому за перший рік передбачається їх розбивка за місяцями, а за другий та третій- за кварталами. Підготовка прогнозів документів фінансової звітності має на меті виявити чи є запропонована стратегія розвитку підприємства життєздатною, визначити пріоритети в роботі фінансової служби підприємства на майбутнє.

Звіт про прибутки та збитки показує рівень прибутковості підприємства. Проте даний звіт не відображає те, які кошти воно має. Підприємство може бути

прибутковим і при цьому не мати достатньо готівки або, напакі, збитковим, маючи певний обсяг готівки.

Звіт про обіг готівки показує, чи має підприємство готівку, щоб сплачувати за рахунками, тобто скільки готівки надходить до підприємства і скільки його залишає.

Балансовий звіт показує фінансовий стан підприємства на певний момент часу. Він дає дані по активах підприємства, його зобов'язанням, інвестиціям власників, а також відносно нерозподіленого прибутку.

Даний розділ бізнес-плану має узагальнити попередні матеріали і представити їх у грошовому вимірі.

Розділ обов'язково повинен містити документи, що підтверджують дані, які було використано при підготовці прогнозів фінансових звітів, принципи фінансового обліку, на яких було побудовано фінансовий план.

### **Аналіз ризику**

У розділі “Аналіз ризику” як складовій частині бізнес-плану, мають знайти відображення якісний та кількісний аналізи ризику, а також методи управління ризиками. Як бачимо, бізнес-план підприємства включає маркетинговий, виробничий, фінансовий, інституційний плани, а за певних обставин, передбачає проведення екологічного аналізу і відповідно розроблення заходів щодо повного запобігання (чи суттєвого зменшення) забрудненню навколишнього середовища. Практично з кожним з цих аспектів пов'язані певні “власні” фактори ризику.

Під факторами ризику розуміють деякі обставини, які можуть спричинити появу значущих для підприємства ризикових подій. Взагалі ризик часто визначається як можливість виникнення ризикової події. Як ризикові події для підприємства розглядають коливання величини ціни на його продукцію (послуги), поточних витрат, капіталовкладень, кредитних ставок, обсягу виробництва. Саме в ризикових подіях “акумулюються” для підприємства розглянуті вище фактори ризику.

## **4. Оцінка якості бізнес-плану**

До базових критеріїв експертної оцінки належать: наявність, повнота, достовірність і якість поданої інформації.

Результати експертизи узагальнюються у вигляді зведеної таблиці .

Основними недоліками, які можуть бути виявлені експертизою бізнес-плану, є:

- брак, неструктурованість або неналежна структурованість інформації;
- брак або низька інформативність графіків та діаграм;

-некоректна методика розробки відповідних розділів та помилки в розрахунках;

-неузгодженість окремих розділів;

-недостатнє технічне обґрунтування підприємницького проекту.

Остання, п'ята, система потребує докладнішого пояснення. Будь-яка система, добра чи погана, як учить інформатика, є ефективнішою ніж довільний добір. Первинною формою систематизації є класифікація елементів чи структуризація системи. Виходячи з вимог психології, зручності сприйняття, видимості і користування, кількість груп — класів у класифікації (обсяг класифікації) не повинна виходити за межі  $7 \pm 2$ . Звичайно вибирається міра дроблення, кратна 2, 5, 10, 100. Вибравши міру дроблення 5—10 для всіх рівнів структуризації бізнес-плану, одержуємо доступне для огляду дерево цілей.

Відомо, що структурно неорганізований матеріал забезпечує приріст знань і надається для активного використання лише на 30 %, тоді як структурно добре організований — на 90 %. Цікаво, що розгалуження дерева цілей на один порядок (розбивка на 5—10 елементів) знижує кількість різночитань, і підвищує узгодженість оцінок у 5—10 разів (помилки знижуються до 10 %). У бальній багаторівневій оцінці користуються такими структурними рівнями:

0) загальне поняття бізнес-плану (один елемент);

1) виділення шести груп факторів;

II) поділ кожної групи на 10 факторів (усього:  $10 \times 6 = 60$  факторів);

III) добір для кожного з факторів шести рівнів оцінки за п'ятибальною шкалою (усього  $60 \times 6 = 360$  елементів).

Такий трирівневий підхід підвищує збіжність оцінок до 95—99 %. За дворівневих структур до того ж зникає необхідність визначати вагомість підсистем, бо фактори за наявності 50—100 елементів (і отже, їхні однакові групи) автоматично стають рівнопо-тужними та рівноважними.

Цінність бізнес-плану залежить від корисності інформації, яку він містить. Корисна інформація відповідно до відомого у менеджменті принципу Джойгоу, не може бути отримана з поверхових чи неправдивих відомостей («сміття там — сміття тут»). Тому у процесі формування інформаційного поля бізнес-плану особливу увагу звертають на якість базової інформації. основними показниками якості інформації вважають:

об'єктивність (інтегральний показник, що поєднує оцінки повноти, точності та несуперечливості інформації);

актуальність (відповідність конкретним інформаційним потребам);

своєчасність (здатність задовольняти інформаційні потреби у прийнятний для використання термін);

комунікативність (зрозумілість для відповідного суб'єкта господарювання);

наочність (очевидність).

## **МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕКСПЕРТИЗИ БІЗНЕС-ПЛАНІВ**

Якість розробки бізнес-плану, як і якість будь-якого іншого об'єкта, підлягає належному оцінюванню. Таке оцінювання можуть здійснювати як ініціатори відповідних підприємницьких проєктів, так і зовнішні користувачі відповідної інформації:

інвестори, кредитори, органи державної влади.

Найчастіше для цього застосовується експертний підхід, оскільки показники якості бізнес-плану не піддаються безпосередньому вимірюванню.

У загальному розумінні експертиза (від лат. *expertus* — досвідчений) — це дослідження фахівцем будь-яких питань, розв'язання яких потребує спеціальних знань. Практика свідчить, що експертні судження в разі дотримання правильної методології проведення експертизи містять достатньо достовірну інформацію, використання якої забезпечує приймання обґрунтованих управлінських рішень. Критеріями достовірності є точність та відтворюваність результатів експертизи.

Основними напрямками експертизи бізнес-планів є:

- експертиза планового документа;
- експертиза бізнес-проєкту.

Експертиза бізнес-плану має задовольняти такі вимоги:

- ✓ багатокритеріальність (перевірка відповідності отриманих на експертизу документів сучасним стандартам бізнес-планування);
- ✓ мінімальна трудомісткість, а отже, і вартість експертних робіт (використання добре опрацьованих методик, залучення висококваліфікованих фахівців, застосування сучасних програмних продуктів);
- ✓ мінімальні витрати часу на проведення експертизи (бажано — до 1 тижня);
- ✓ максимальна об'єктивність (можливість залучення незалежних експертів, як правило, з технічних та інших вузькогалузових питань);
- ✓ максимальна відповідність цілям проведення експертизи.

Під час експертизи бізнес-плану як документа виконуються такі завдання:

- оцінка міри відповідності бізнес-плану встановленим стандартам (формулюється користувачем інформації з орієнтацією на вимоги загальновизнаних у світі методик бізнес-планування);
- оцінка повноти та релевантності наданої інформації;
- розробка рекомендацій щодо залучення необхідної додаткової інформації, методів її збирання, а також напрямів коригування документа з метою усунення помилок.



До базових критеріїв експертної оцінки належать: наявність, повнота, достовірність і якість поданої інформації.

Основними недоліками, які можуть бути виявлені експертизою бізнес-плану, є:

- брак, неструктурованість або неналежна структурованість інформації;
- брак або низька інформативність графіків та діаграм;
- некоректна методика розробки відповідних розділів та помилки в розрахунках;
- неузгодженість окремих розділів;
- недостатнє технічне обґрунтування підприємницького проекту.

Експертиза бізнес-проекту передбачає вже не просту перевірку правильності розробки документації, а діагностику досяжності поставлених стратегічних цілей. При цьому основна увага приділяється маркетинговим аспектам, а сама експертиза проводиться за участю зовнішніх консультантів.

Предметом експертизи бізнес-проекту за скороченим варіантом є якість та ціна продукції, потреби кінцевих споживачів, система каналів розподілу, методи просування продукції на ринок. Експерти мають зробити висновок про достовірність наведеного в бізнес-плані прогнозу можливого обсягу продажу.

Поглиблена експертиза бізнес-проекту передбачає комплексну діагностику ситуації і, по суті, є перевіркою здійсненності стратегії його реалізації.

Отже, метою експертизи бізнес-проекту є виявлення помилок і його «слабких місць». Для цього необхідно провести дослідження за кількома етапами:

- аналіз планової документації та проведення інтерв'ю з працівниками;
- формулювання низки гіпотез щодо реалістичності наведеної інформації;
- формування інформаційної бази дослідження;
- вибір методики перевірки сформульованих гіпотез;
- проведення інтерв'ю з незалежними експертами (споживачами, конкурентами, науковцями тощо);
- аналіз інформації та тестування гіпотез;
- підготовка звіту за результатами експертизи.

У звіті вміщуються висновки експертизи, їх обґрунтування та оцінка впливу виявлених чинників на реалізацію проекту, а також рекомендації щодо його коригування.

Таким чином, експертиза бізнес-плану полягає в оцінці коректності використання вихідних даних, формування підсумкових звітів та інтерпретації показників і результатів.

## **Тема 9. Підприємницький успіх і культура бізнесу**

### **План**

1. Підприємницький успіх як соціально-економічна категорія.
2. Відповідальність підприємців.
3. Ділові якості підприємця.
4. Професійна культура підприємницької діяльності.
5. Ділова та професійна етика.
6. Характеристика вітчизняної бізнес-культури.

### **1. Підприємницький успіх як соціально-економічна категорія**

Підприємницький успіх значною мірою залежатиме від вміння підприємця розробити якісний бізнес-план, програму своїх подальших дій. Підприємець майже ніколи не може реалізувати нову ідею лише власними силами.

Домогтися успіху зможе той, хто здатний створити необхідну команду однодумців. Підприємець має швидко і безкоштовно вирішити проблему пошуку і прийняття на роботу спеціалістів потрібного профілю і кваліфікованих робітників.

Виживання. Деякі організації планують свій розпуск після досягнення ними ряду заздалегідь запланованих завдань. Прикладом може служити будь-яка урядова комісія, яка створювалася для досягнення конкретної мети. Але виживання, можливість існувати якомога довше є первинним завданням більшості організацій. Це може продовжуватися нескінченно. Рекорд встановила римська католицька церква, яка діє уже протягом 2000 років.

Результативність і ефективність. Щоб успішно господарювати протягом тривалого часу, вижити й досягти мети, організація повинна бути як ефективною, так і результативною.

Популярний дослідник Пітер Друкер говорить: результативність є наслідком того, що "робляться потрібні, правильні речі". Дефективність є наслідком того, що "правильно створюються ті ж речі". І перше, і друге однаково важливо.

3. Продуктивність. Ефективність можна виміряти і виразити кількісно, тому що є можливість визначити грошову оцінку ресурсів, які споживаються, і продуктів, що випускаються. Відносна ефективність організації називається продуктивністю. Вона виражається в кількісних одиницях. Продуктивність - це відношення кількості одиниць на виході до кількості одиниць на вході.

## 2. Відповідальність підприємців

Відповідальність підприємця. Відповідальність це правове та етичне відношення підприємців до суспільства (до господарюючих суб'єктів, до споживачів тощо), яке характеризується виконанням правових норм (правил). Відповідальність підприємця зводиться до того, що він відповідає:

за зобов'язаннями, пов'язаними з цією діяльністю, усім своїм майном, за винятком того, на яке відповідно до законодавчих актів не може бути звернене стягнення;

за охорону навколишнього середовища;

за дотримання заходів з техніки безпеки, охорони праці, виробничої гігієни та санітарії;

за заподіяну шкоду та збитки.

В процесі діяльності організації виділяють два види відповідальності підприємця та менеджера - юридичну та соціальну.

Юридична відповідальність - дотримання конкретних державних законодавчих актів, інструкцій, положень тощо, які визначають межі, норми, засади функціонування організації.

Соціальна відповідальність - добровільна реакція організації на соціальні проблеми суспільства.

Визнання підприємцями та менеджерами соціальної відповідальності й відповідна поведінка мають переваги і недоліки. Переваги соціальної відповідальності виявляються в забезпечення стабільного функціонування організації, а також у її здатності впливати на стан, динаміку розвитку суспільства. Отже, соціальна відповідальність має такі переваги:

- забезпечує довгострокові перспективи розвитку суспільства;
- створює можливості впливу на зміни суспільства;
- допомагає розв'язувати соціальні проблеми, в тому числі й працівників організації;
- формує норми моралі в організації;
- забезпечує встановлення доброзичливих відносин між підприємцями (менеджерами) та іншими членами суспільства тощо.

Водночас соціально відповідальна поведінка організації, менеджера пов'язана з певними проблемами, найістотнішими серед яких є:

- порушення принципу максимізації прибутку;
- зростання собівартості продукції у зв'язку зі збільшенням витрат на соціальні потреби;
- неможливість забезпечення високого рівня підзвітності суспільства.

Часто соціальна відповідальність супроводжується невмілим задоволенням соціальних потреб, організацією гучних акцій задля рекламних цілей тощо.

Підприємці та менеджери повинні намагатися досягнути такого рівня соціальної відповідальності, який забезпечив би реалізацію переваг та усунення (послаблення) недоліків.

Соціальна відповідальність є похідною цінностей, які впливають із етичних норм підприємців, менеджерів, працівників організації. У кожному суспільстві, колективі вони мають свої особливості.

### **3. Ділові якості підприємця**

Найхарактерніші риси підприємця, які виділяють його серед господарюючих суб'єктів, влучно узагальнив Й. Шумпетер:

- 1) виготовлення нового блага або нової якості того чи іншого блага;
- 2) освоєння нового ринку збуту;
- 3) одержання нового джерела сировини або напівфабрикатів і запровадження нового методу виробництва;
- 4) здійснення відповідної реорганізації.



#### 4. Професійна культура підприємницької діяльності

Як свідчить досвід країн з розвинутою ринковою і соціально спрямованою економікою, протягом останніх років триває широка дискусія з питань культури підприємництва як в теорії, так і в практиці господарювання. В поняття "підприємницька культура" вкладають неоднаковий зміст, але вихідною позицією неодмінно залишається уявлення про культурний світ як про світ людської гідності.

Культура підприємництва має привертати увагу передовсім до етичного та поведінкового начал у діяльності підприємця як засобів легітимізації підприємницької влади. Вона є важливим чинником гуманізації сучасного бізнесу. Однак це залежить від того, яке місце у підприємницькій діяльності займатимуть традиційні й набуті цінності й навички.

Підприємницька культура охоплює широкий спектр питань ділової етики та етикету. У кожній галузі чи сфері підприємницької Діяльності існують свої правила поведінки, але майже у всіх конкретних випадках вони базуються на:

- чесності й законопослушності підприємця;
- забезпеченні високої якості й технічного рівня своєї продукції;
- забезпеченні безпеки праці;
- чесних і порядних відносинах з постачальниками, клієнтам партнерами по бізнесовій діяльності.

Варто звернути увагу на те, що ділова етика (етика бізнесу) одночасно і духовною, і економічною категорією. На думку зарубіжних підприємців, існують певні усталені етичні норми бізнесу котрих треба обов'язково дотримувати. Основні з них такі:

- найвища продуктивність і найбільший прибуток не повинні досягатися за рахунок завдання шкоди довкіллю;
- конкуренція має здійснюватися чесно, за встановленими правилами;
- необхідно, щоб техніка слугувала людині, а не навпаки;
- морально-етичні норми завжди мають перевагу перед економічними інтересами.

Висока культура підприємницької діяльності є неодмінною умовою досягнення великого господарсько-комерційного успіху на багатьох (якщо не на більшості) підприємствах.

Відомі такі передумови виховання високої культури підприємництва:

- наявність позитивних прикладів;
- забезпечення молоді можливості ознайомлення з основами бізнесової діяльності, її привабливістю і корисністю для всіх верств населення ще у період професійного навчання;
- створення системи навчання й виховання, яка б сприяла розвитку підприємницьких нахилів протягом усього періоду формування особистості;
- наявність і постійна підтримка сімейних контактів і особистих знайомств з успішно працюючими бізнесменами.

Професійна репутація підприємця створюється роками, її нелегко набути, але втратити можна миттєво.

Підприємець з високим рівнем культури має пам'ятати і виконувати певні "заповіти":

- перше - у своїй діяльності керуватись насамперед інтересами клієнтів;
- друге - постійно працювати над власним бізнесом, а не в ньому!
- третє - використовувати дійову рекламу безпосереднього реагування;
- четверте - гарантувати клієнту повне задоволення його потреб;
- п'яте - щотижня мати звіт про прибуток і збитки, ніколи не лишатись без готівкових коштів;
- шосте - заохочувати дії, що відповідають інтересам власного бізнесу;

сьоме - організовувати власний бізнес, виходячи з виконуваних ним функцій, а не "припасовуючи" його до окремих особистостей;

восьме - не ототожнювати фінансове благополуччя і власні успіхи, пам'ятаючи, що благополуччя й успіх — не те саме.

## **5. Ділова та професійна етика**

Етика – це система норм моральної поведінки людей, їхніх обов’язків по відношенню один до одного та суспільства в цілому.

Мораль – це форма суспільної свідомості, суспільний інститут, який виконує функцію регулювання поведінки людини.

Етичні норми поведінки фірми у взаємовідносинах з державою, покупцями, постачальниками, працівниками вивчає корпоративна етика. Це формування в колективі своєрідного способу мислення (світогляду), що об’єднує співробітників при вирішенні ділових та загальнолюдських проблем. Корпоративна етика базується, насамперед, на створенні необхідних умов для реалізації потреб людини.

У більшості робіт, присвячених підприємництву, питанням етики, традиційно приділяється багато уваги. Аналіз проблем етики підприємництва припускає різні аспекти її розгляду. Можна говорити про індивідуальні етичні розходження людей, які займаються підприємницькою діяльністю, можна спробувати порівняти етику підприємництва як соціального інституту з етикою інших соціальних інститутів і видів діяльності, можна обмежитися аналізом внутрішньої, "цехової" етики, що виявляє себе у відносинах і взаємодіях підприємців.

Про індивідуальні етичні розходження у підприємництві можна говорити або дуже багато, або практично нічого, крім однієї тези. Ця теза дуже проста: скільки людей у підприємстві, стільки тут і внутрішніх етик. Індивідуальні етичні правила перетинаються, у чомусь вони можуть виглядати зовні подібними, але ніколи не можна знати, яке саме з етичних правил чи яка з інтерпретацій того чи іншого правила в даної конкретної людини раптово виявляться відмінними від правил решти людей і від їхньої інтерпретації і до яких наслідків це розходження приведе.

Багато західних фірм мають власні етичні кодекси. При цьому вони виходять з того, що високі етичні стандарти забезпечують стабільний прибуток.

У всьому світі все більше приділяють уваги етичним проблемам. У розвинутих країнах загально прийнято, що питання ділової етики, соціальної відповідальності хвилюють підприємця так само, як й ефективність виробництва. Все більшого значення набувають моральні та етичні норми життя

суспільства: право на людську гідність, право на гідні умови праці, право на здорове навколишнє середовище, величезна кількість духовних благ, свобода особистості, соціальний зв'язок між людьми, справедливість, мінімум конфліктів усередині суспільства, активна участь у суспільному житті, можливість отримання освіти.

Для реалізації цих цінностей необхідний високий рівень розвитку виробничих сил, культури.

Істотну роль у формуванні ділової етики, а також у виявленні та усуненні неетичних методів ведення бізнесу, відіграє громадськість. Питання етики повинні обговорюватись у пресі, на ТВ, у товариствах споживачів, різних асоціаціях.

Професійна етика відбиває особливості моральної свідомості, взаємовідносин людей, які обумовлені специфікою професійної діяльності. Вона визначає етичні принципи та норми поведінки у межах певного виду трудової діяльності. Виділяють різні види професійної етики: педагогічну, медичну, управлінську. Важливим у професійній етиці є об'єктивне та доброзичливе ставлення до людей, до їхнього професійного вміння. Реальним виявом професійної порядності є єдність слова та справи. Для активізації цих якостей важливими є моральний підхід та високий рівень моральної свідомості.

Підприємницька етика базується на загальних етичних нормах та правилах поведінки, які склались у країні, світі, а також на професійній етиці, що виявляється в тій або іншій сфері діяльності. Етичні проблеми підприємців постійно виникають і вирішуються, насамперед зі споживачами, тому держава захищає їх інтереси. Етичні взаємовідносини підприємців як власників справи, пов'язані також з найманими працівниками. Ці стосунки дуже впливають на рівень підприємницького успіху. Важливе значення у розвитку цивілізованого підприємства мають відносини з господарюючими партнерами, конкурентами, суспільством.

На формування підприємницької етики впливають форми суспільної свідомості (менталітету) та суспільних відносин, спрямованих на утвердження самооцінки підприємця, економічної свободи, його відповідальності перед споживачами, суспільством.

Поняття «професійна етика» може викликати ряд запитань. По-перше, чим професійна етика відрізняється від етики як такої? По-друге, в чому необхідність виокремлення з усієї сфери етичного етики професійної? Чи всяка професія вимагає специфічної професійної етики?

Найвища суспільна й особистісна цінність моралі полягає в її загальнолюдяності, бо ідеал моралі підноситься над вузькокласовими, вузькопрофесійними інтересами. Людське сумління за всіх етнокультурних,



групових та інших специфікацій не може бути сумлінням елліна чи іудея, хлібороба чи ремісника, вчителя чи лікаря. Воно єдине, і моральний рівень людини не може визначатися її професією, так само, як національним походженням чи класовою належністю.

Звісно, і перше, й друге, й третє не можуть не породжувати певних особливостей, певних акцентів у моральній свідомості та моральній практиці людей. Разом із тим ці перемінні неспроможні докорінно змінити моральне обличчя особистості, в апеляції до якої й криється специфіка морального. Пояснюється це тим, що мораль впливає більш чи менш зримо на людей тоді, коли вона доходить до глибинних духовних структур кожної окремо взятої особистості. Мораль є суттєвий чинник життєдіяльності народів і класів, але, навіть апелюючи до цих людських спільнот, вона звертається передусім до кожної окремої особистості. Тільки за умови саме такого звернення моральна проповідь, заклик, вимога вправі розраховувати на відгук.

Отже, професійна мораль не може виступати як така, що протистоїть загальнолюдській моралі, існує поряд із нею. Професійна мораль є невід'ємною часткою моралі загальнолюдської, існує в її рамках і формується на її основі.

Оскільки мораль виступає надзвичайно важливим елементом людської діяльності, сама діяльність людей в усій її різноманітності та специфічності не може не накладати відбиток і на специфіку моральної регуляції. Існують окремі види людської діяльності, що висувують особливо високі й навіть надвисокі моральні вимоги до осіб, котрі професійно цією діяльністю займаються. Це такі види діяльності, які здатні породжувати особливо гострі моральні колізії, що в інших видах діяльності виникають лише епізодично. Ці гострі моральні колізії виникають там, де вирішуються питання життя і смерті, здоров'я, свободи та гідності людини, де моральні якості спеціаліста набувають вирішального значення, де доля одного може величезною мірою залежати від моральної спроможності іншого.

У цих професіях на основі загальних принципів моралі виробляються своєрідні кодекси честі, професійної поведінки, котрі поряд із загально-моральними правилами вбирають і весь, часто драматичний, досвід даного виду людської діяльності. Більш того, в деяких професіях навіть сама фахова спроможність спеціаліста багато в чому залежить від його моральних якостей. Сказане передусім стосується праці вчителя, лікаря, юриста.

Таким чином, ідеться про педагогічну, медичну й судову етику. Саме в цих сферах здійснюється найбезпосередніший вихід на людську особистість і її долю, саме тут особливо велика залежність однієї людини від іншої, саме тут здійснюється відбиття загальних принципів у конкретній поведінці за конкретної ситуації, реалізується поведінка воістину доленосна, гранично значуща для

людей, котрі опиняються у сфері дії педагогіки, медицини, юстиції. Здебільшого саме в цих сферах вирішуються питання життя, смерті, здоров'я, свободи та гідності людини, коли індивід може опинитися (особливо у сфері медицини) майже в цілковитій залежності від знань, умінь, порядності та відповідальності іншого індивіда. Тому в названих сферах діяльності виникає суспільний феномен особливої моральної відповідальності, породжуваної ситуацією граничної гостроти моральної колізії.

У професійній етиці формується система конкретних моральних норм із супутніми їм практичними правилами, які «обслуговують» ту чи іншу галузь людської діяльності. В кожній із цих галузей головним об'єктом діяльності є людина, котра вправі сподіватися й сподівається на ставлення до себе не як до об'єкта зовнішнього впливу, а саме як до людини, тобто розраховує на повагу, розуміння, співчуття та милосердя.

Названі вище моральні норми є професійно-етичними, тому що їх виникнення й засвоєння не визначаються безпосередньо якимись інституційними умовами (освітою, службовим становищем), а оволодіння ними забезпечується головним чином культурою особистості, її вихованістю, її моральним потенціалом.

Крім традиційних професій, що вимагають через свою специфіку особливого морального регулювання на рівні фахових моральних кодексів, у сучасному світі з'являється у зв'язку з новітніми досягненнями науково-технічного прогресу цілий ряд нових професій, у яких визріває внутрішня потреба в певних, пройнятих моральним змістом, правилах. Складаються такі види виробничої та наукової діяльності, де швидка перевірка сумлінності виконуваної людиною надзвичайно важливої й відповідальної роботи практично неможлива. В цих сферах соціально-економічної активності людей їхні моральні якості стають іноді вирішальними чинниками нормального функціонування підприємств і наукових установ

### **Тестові завдання**

1. До психологічної групи лідерських якостей належить:
  - а) об'єктивність;
  - б) прагнення до постійного самовдосконалення;
  - в) здатність керувати емоціями;
  - г) панорамність мислення.
2. До когнітивних лідерських якостей належать:
  - а) професійна предметність;
  - б) прагнення до постійного самовдосконалення;

- в) здатність керувати емоціями;
- г) здатність до екстраполяції.

3. Лідери, які ведуть за собою — це:

- а) особи, які здатні приймати рішення самостійно, під власну відповідальність;
- б) особи, які добре знають психологію своїх послідовників;
- в) раціональний тип лідера, основні якості якого: енергійність, цілеспрямованість, особистий приклад, вміння долати бар'єри, здатність створювати згуртований колектив;
- г) лідери, які активно та розумно-критично реагують на ідеї інших, що дає можливість зробити з них послідовників.

4. Тип лідерів — організатори груп, це:

- а) особи, які здатні приймати рішення самостійно, під власну відповідальність;
- б) особи, які добре знають психологію своїх послідовників;
- в) раціональний тип лідера, основні якості якого: енергійність, цілеспрямованість, особистий приклад, вміння долати бар'єри, здатність створювати згуртований колектив;
- г) лідери, які активно та розумно-критично реагують на ідеї інших, що дає можливість зробити з них послідовників.

5. Тип лідерів — “виконавці”, це:

- а) особи, які здатні приймати рішення самостійно, під власну відповідальність;
- б) особи, які добре знають психологію своїх послідовників;
- в) раціональний тип лідера, основні якості якого: енергійність, цілеспрямованість, особистий приклад, вміння долати бар'єри, здатність створювати згуртований колектив;
- г) лідери, які активно та розумно-критично реагують на ідеї інших, що дає можливість зробити з них послідовників.

6. Тип лідерів — “генератори ідей”, це:

- а) особи, які зорієнтовані на нові завдання, сприяють впровадженню інновацій. До основних якостей належать: інтуїція, синтез знань, самокритичність;
- б) особи, які добре знають психологію своїх послідовників;
- в) раціональний тип лідера, основні якості якого: енергійність, цілеспрямованість, особистий приклад, вміння долати бар'єри, здатність створювати згуртований колектив;
- г) лідери, які активно та розумно-критично реагують на ідеї інших, що дає можливість зробити з них послідовників.

7. Тип лідерів — “синтезатори”, це:

а) особи, які зорієнтовані на нові завдання, сприяють впровадженню інновацій. До основних якостей належать: інтуїція, синтез знань, самокритичність.

б) особи, які можуть виокремлювати головне з великого обсягу інформації, що дозволяє їм приймати вірне управлінське рішення, формувати стратегію організації, впроваджувати інновації;

в) раціональний тип лідера, основні якості якого: енергійність, цілеспрямованість, особистий приклад, вміння долати бар'єри, здатність створювати згуртований колектив;

г) лідери, які активно та розумно-критично реагують на ідеї інших, що дає можливість зробити з них послідовників.

8. Тип лідерів — “реактори”, це:

а) особи, які орієнтовані на нові завдання, сприяють впровадженню інновацій. До основних якостей належать: інтуїція, синтез знань, самокритичність;

б) особи, які можуть виокремлювати головне з великого обсягу інформації, що дозволяє їм приймати вірне управлінське рішення, формувати стратегію організації, впроваджувати інновації;

в) раціональний тип лідера, основні якості якого: енергійність, цілеспрямованість, особистий приклад, вміння долати бар'єри, здатність створювати згуртований колектив;

г) лідери, які активно та розумно-критично реагують на ідеї інших, що дає можливість зробити з них послідовників.

9. Тип лідерів — “дослідники”, це:

а) особи, які орієнтовані на нові завдання, сприяють впровадженню інновацій. До основних якостей належать: інтуїція, синтез знань, самокритичність;

б) особи, які можуть виокремлювати головне з великого обсягу інформації, що дозволяє їм приймати вірне управлінське рішення, формувати стратегію організації, впроваджувати інновації;

в) раціональний тип лідера, основні якості якого: енергійність, цілеспрямованість, особистий приклад, вміння долати бар'єри, здатність створювати згуртований колектив;

г) лідери, які вміють отримувати та обробляти інформацію, зіставляти та аналізувати факти, проводити експерименти.

10. Категорія етики, яка характеризує особистість з точки зору виконання нею моральних вимог, що ставляться суспільством і водночас виражають

ступінь участі особистості і соціальних груп як у їх власному моральному вдосконаленні, так і в удосконаленні суспільних відносин, — це:

- а) мораль;
- б) відповідальність;
- в) етика;
- г) правила поведінки.

## Список використаної літератури

### Базова

1. Господарський кодекс України - прийнятий 16.01.2003 р. К. : Парламентське видавництво, 2003 – 192 с. – (Бібліотека офіційних видань).
2. Державна програма приватизації на 2010-2014 роки [Електронний ресурс] / Інтерактивна інформаційно-аналітична система «Громадянське суспільство і влада». – Режим доступу: [http://civic.kmu.gov.ua/civic\\_old/control/uk/discussion/ovv/project?project\\_id=133918](http://civic.kmu.gov.ua/civic_old/control/uk/discussion/ovv/project?project_id=133918)
3. Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2005, ДК 009:2010. [Електронний ресурс] / Режим доступу : [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10\\_i.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html)
4. Класифікатор організаційно-правових форм господарювання ДК 002:2004. [Електронний ресурс] / Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ST000948.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ST000948.html)
5. Конституція (Основний закон) України. від 28.06.1996 р. №254 к/96 – ВР. – К.: Преса України, 1997. – 80 с.
6. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://gagago.ru/konserciya-nacionalenoyi-strategiyi-socialenoyi-vidpovidal.html>
7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-УІ. [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
8. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.2008 № 514-УІ. [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
9. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 № 2404-УІ. – [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>
10. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців: Закон України від 15.05.2003 № 755-ІУ. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/755-15>

11. Про Державну службу України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва: Указ Президента України від 19.12.2011 № 1168/2011. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.dkrr.gov.ua/>
12. Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності: Закон України від 06.09.2005 № 2806-ІУ. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2806-15>
13. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України від 11.09.2003 № 1160-ІУ. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>
14. Про затвердження Вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу: Наказ Держкомпідприємництва від 09.06.2004 N 65. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/RE20680.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE20680.html)
15. Про затвердження Методики оцінки майна: Постанова КМУ від 10.12.2003 № 1891. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KP031891.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP031891.html)
16. Про затвердження Національного стандарту № 1 "Загальні засади оцінки майна і майнових прав: Постанова КМУ від 10 вересня 2003 р. N 1440. - [Електронний ресурс] / Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KP031440.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP031440.html)
17. Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності: Постанова КМУ від 04.07.2001 № 756. - [Електронний ресурс] / Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KP010756.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP010756.html)
18. Про затвердження переліку органів ліцензування: Постанова КМУ від 14.11.2000 № 1698 - [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1698-2000-п>
19. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 01.06.2000 № 1775-ІІІ. - [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1775-14>

20. Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності: Закон України від 19.05.2011 № 3392-VI. - [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3392-17>

21. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України: Прийнятий ВР України 12.01.2012. Пропозиції Президента України до проекту закону України 31.01.2012. - [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>

22. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: національна доповідь//Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. - Київ. - 2009. - 180 с.

23. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: національна доповідь//Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. - Київ. - 2010. - 240 с.

24. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 № 973-IV. - [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/973-15>

25. Про цінні папери та фондовий ринок: Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV. - [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>

26. Програма економічних реформ України на 2010-2014 рр. - [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/128/2013>

27. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. - [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

28. Акіліна О.В. Основи підприємництва / О.В. Акіліна, В.Г. Пасічник. – К. : ЦНЛ, 2006. – 176 с.

29. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К. : Знання, 2001. – 277 с.



30. Варналій З.С. Основи підприємництва / З.С. Варналій: навч. посіб.. – К. : Знання-Прес, 2006. – 329с.
31. Виноградська А. М. Основи підприємництва / А.М. Виноградська : навч. посіб.. – К. : Кондор, 2008. – 544с.
32. Гаєвська Л.М. Підприємницька діяльність та її оподаткування / Л.М. Гаєвська : навч. посіб. – Ірпінь : Академія ДПС України, 2003. – 218с.
33. Гайдуцький П. Розвиток підприємництва в Україні / П. Гайдуцький. – К. : Знання-Прес., 2003. – 248 с.
34. Зубенко Л.Г. Культура ділового спілкування / Л.Г. Зубенко. – К. : Наукова думка, 2011. – 325 с.
35. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво в Україні: Проблеми становлення та розвитку / В.В. Зянько. – Вінниця : УШВЕРСУМ, 2005. – 262 с.
36. Іванюта С.М. Підприємництво і бізнес культура / С.М. Іванюта : навч. посіб.. – К. : ЦУЛ, 2007. – 288 с.
37. Мочерний С.В. Основи підприємницької діяльності / С.В. Мочерний, О.А. Устенко, С.І. Чеботар : посібник. – К. : Видавничий центр "Академія", 2005. – 280 с.
38. Опорний конспект лекцій з курсу «Економіка та організація підприємницької діяльності» для студентів 4 курсу всіх форм навчання спеціальності «Економіка підприємства». Випуск 2 / Уклад. Н. В. Доброва, І. А. Допіра. – Одеса : ОДЕУ, 2006. – 95 с.
39. Петрович І.М. Організація підприємництва в Україні / І.М. Петрович. – Львів : Оксарт, 2000. – 320с.
40. Підприємництво / за ред.. В.А.Подсолонко, Т.Л.Миронової. – К. : ЦНЛ, 2003. – 616 с.
41. Романова Л.В. Управління підприємницькою діяльністю / Л.В. Романова : навч. посіб. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 240 с.
42. Сизоненко, В. О. Сучасне підприємництво [Текст]: довідник / В. О. Сизоненко. - К. : Знання-Прес, 2007. – 440 с.

43. Тирпак І.В. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посіб. / І. В. Тирпак, В. І. Тирпак, С. А. Жуков. – К. : Кондор, 2011. – 284 с.
44. Томилов В.В. Культура предпринимательства / В.В. Томилов. – СПб, 2012. – 251с.
45. Цигилик І.І. Основи підприємництва / І.І. Цигилик, Т.М. Паневник, З.М. Криховецька : навч. посіб.. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 240 с.
46. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера / Г.Л. Чайка : навч. посіб.. – К. : Знання, 2009. – 442 с.
47. Шваб Л.І. Основи підприємництва / Л.І. Шваб : навч. посіб. 2-ге видання. – К. : ЦНЛ, 2007. – 368 с.
48. Шпак В.І. Розвиток малого підприємництва в Україні / В.І. Шпак. – К. : МАУП, 2003. – 128 с.
49. Ярошевич Н.Б., Колісник М.К. Підприємництво і менеджмент / Н.Б. Ярошевич, М.К. Колісник : навч. посіб.. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2012. – 292с.

#### Допоміжна

50. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – 4-те вид. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2008. – 302 с.
51. Гербер М. Мастерство предпринимательства. 7 стратегических направлений развития своего бизнеса / М.Гербер. – М. : Диалектика, 2008. – 448 с.
52. Грехов А.М. Електронний бізнес (Е-комерція) / А.М. Грехов : навч. посіб.. – К. : Кондор, 2008. – 302 с.
53. Грибов В.Д. Менеджмент в малом бизнесе / В.Д. Грибов : учебное пособие. – М. : Наука, 2000. – 256 с.
54. Данилишин В. Міщенко В. Реформування відносин власності на природні ресурси /

В. Данилишин, В. Міщенко, // Економіка України. – 2003. – №9. – С. 34-42.

55. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Основи підприємництва / Л.І. Донець, Н.Г. Романенко : навч. посіб.. – К. : ЦНЛ, 2009. – 320 с.

56. Дучинська Н. Дослідження економічної природи венчурного капіталу / Н. Дучинська // Підприємництво, господарство і право. – 2010. – № 12. – С. 179-182.

57. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури машинобудівного підприємства: монографія / Захарчин Г.М. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 276 с.

58. Кемпбел К. Венчурный бизнес: новые подходы / К Кемпбел. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 428 с.

59. Комберянова Ю. Зловживання монопольним становищем / Ю. Комберянова // Економіка, фінанси і право. – 2003. – №8. – С.7-8.

60. Коміренко В.І. Проблеми та перспективи мікрокредитування малого підприємництва в Україні / В.І. Коміренко // Вісник ДДФІ. – 2001. – №1 (1Б). – С. 28-30.

61. Корпоративне управління в Україні: інтелектуальний капітал, персонал, якість: монографія / За ред. Щелкунова В. І., Жаворонкової І. В. – К. : Наукова думка, 2010. – 616 с..

62. Кубрак О.В. Етика ділового та повсякденного спілкування / О.В.Кубрак : навч. посіб.. – Суми : ВТД "Університетська книга", 2012. – 208 с.

63. Кузьмін В.В. Фінансові основи підприємництва / В.В. Кузьмін : навч. посіб.. – К. : ЦНЛ, 2006. – 192 с.

64. Кучеренко В. Р. Основи бізнесу. Практичний курс (збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань) / За ред. В. Р. Кучеренка : навч. посіб.. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 176 с.

65. Кучеренко В.Р. Бізнес-планування фірми / В.Р. Кучеренко, В.А. Карпов, О.С. Маркітан : Навч. посіб.. – К. : 2006. – 423 с.

66. Мельникова О. Особливості національної монополії / О. Мельникова // Економіка України. – 2001. – №2. – с.50-54.

67. Мендрул О., Кальніченко Л. Реструктуризація підприємств в умовах становлення ринкового середовища / О. Мендрул, Л. Кальніченко // Економіка України. – 2000. – № 10. – с.27-34.
68. Механізми розвитку підприємництва в умовах посткризового відновлення економіки України : аналіт. доп. / Д.С. Покришка, Я.А. Жаліло, Д.В. Ляпін, Я.В. Белінська [та ін.]. – К. : НІСД, 2010. – 72 с.
69. Можливості використання українськими венчурними фондами досвіду діяльності зарубіжних фондів [Електронний ресурс] / Українська асоціація інвестиційного бізнесу. – Режим доступу : [uaib.com.ua>files/articles/204/11\\_4.pdf](http://uaib.com.ua/files/articles/204/11_4.pdf)
70. Монахов Г.А. Мелочи создают совершенство. Деловой и светский этикет. Благоприятный персональный имидж / Г.А. Монахов. – К. : "Альтепрес", 2011. – 474 с.
71. Ларіна Я.С. Основи бізнесу / Я.С. Ларина, С.В. Мочерний та ін. : Навчальний посібник – К. : Видавничий центр "Академія", 2009. – 383 с.
72. Пасхавер О. Управління державною власністю в Україні: аналіз і рекомендації з удосконалення / О.Пасхавер. – Аналітична записка, 2008. – 84 с.
73. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва / Ю.Ф. Пачковський : навч. посіб. – К. : Каравела, 2006. – 408 с.
74. Покропивний С.Ф., Колот В.Н. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність / С.Ф. Покропивний, В.Н. Колот : навч. посіб.. – К. : КНЕУ, 2006. – 352 с.
75. Поручник А.М., Антонюк Л.Л. Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми встановлення в Україні / А.М. Поручник, Л.Л. Антонюк : монографія. – К. : 2012. – 185 с.
76. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні : національна доповідь. – К. : Логос, 2009. – 180 с.
77. Скудар Г. Стратегія піднесення конкурентоспроможності підприємства: проблеми і складові успіху / Г. Скудар // Економіка України. – 2000. – № 6. – с. 16-25.

78. Статистичний щорічник України за 2013 рік. – К. : Держкомстат України, 2013. – 565 с.

79. Кузьмін О.С. Франчайзинг / О.С. Кузьмін, Т.В. Мирончук : навч. посіб.. – К. : 2014. – 267 с.

80. Хоскинг А. Курс предпринимательства: Пер. с англ. / А. Хоскинг : общ. ред. и предисл. В.Рыбалкина. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 349 с.

81. Цигилик І.І. Основи підприємництва / І.І. Цигилик, Т.М. Паневник, З.М. Криховецька : навч. посіб.. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 240с.

82. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки / Л.А. Швайка : навч. посіб.. – К. : Знання, 2006. – 435 с.

### **Інформаційні ресурси**

83. Офіційний сайт урядового порталу Кабінету Міністрів України. [Електронний ресурс] / Режим доступу : [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua).

84. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).

85. Офіційний сайт Міністерства економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua).

86. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.minfm.gov.ua](http://www.minfm.gov.ua).

87. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

88. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.niss.gov.ua](http://www.niss.gov.ua).

89. Офіційний сайт Національного інституту проблем міжнародної безпеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.niisp.gov.ua](http://www.niisp.gov.ua).

90. Офіційний сайт Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О.Разумкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ucseps.org](http://www.ucseps.org)

91. Офіційний сайт Інституту глобальних стратегій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.igls.com.ua](http://www.igls.com.ua).

92. Офіційний сайт Інституту економічних досліджень і політичних консультацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ier.kiev.ua](http://www.ier.kiev.ua).
93. База українського законодавства в Інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.lawukraine.com](http://www.lawukraine.com).
94. Офіційний сайт Чернівецької області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.bucoda.cv.ua](http://www.bucoda.cv.ua).
95. [www.eurasia.org/eerc/kyiv/](http://www.eurasia.org/eerc/kyiv/) – EERC – консорціум економічних досліджень.
96. [www.reforms.kiev.ua](http://www.reforms.kiev.ua) – Міжвідомча рада з впровадження економічних реформ в Україні.
97. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua).
98. Офіційний сайт Національної парламентської бібліотеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.alpha.rada.kiev.ua](http://www.alpha.rada.kiev.ua).
99. Офіційний сайт Електронної бібліотеки Львівської комерційної академії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.dev.lac.lviv.ua/lib](http://www.dev.lac.lviv.ua/lib).
100. Офіційний сайт Наукової бібліотеки ім. Максимовича [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.lib-gw.univ.kiev.ua](http://www.lib-gw.univ.kiev.ua).
101. Офіційний сайт Наукової бібліотеки Донецького університету [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.library.dongu.donetsk.ua](http://www.library.dongu.donetsk.ua).
102. Офіційний сайт Дніпропетровської обласної наукової бібліотеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.libr.dp.ua](http://www.libr.dp.ua).
103. Офіційний сайт Львівської електронної бібліотеки ім. В. Стефаника [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.lsl.lviv.ua](http://www.lsl.lviv.ua).
104. Офіційний сайт Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва [Електронний ресурс] / Режим доступу : [www.dkrp.gov.ua](http://www.dkrp.gov.ua).